



Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjäkeskeisesti

Levo, Elias

2013 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjäkeskeisesti

Levo, Elias
Palvelujen tuottamisen ja johtami-
sen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2013

Laurea-ammattikorkeakoulu
 Laurea Leppävaara
 Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tiivistelmä

Levo, Elias

Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjäkeskeisesti

Vuosi	2013	Sivumäärä	43
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia musiikin luvallisia ja luvattomia digitaalisia jakelupalveluja. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää käyttäjätutkimuksen avulla, onko luvattomista jakelupalveluista löydettävissä käytettävyydeltään sekä käyttökokemukseltaan toimintoja ja ominaisuuksia, joita voitaisiin hyödyntää luvallisissa palveluissa. Tutkimuksen tulokset raportoitiin toimeksiantajalle Fresh Tunes Finlandille.

Työn tutkimuskysymys oli voidaanko luvallisiin digitaalisiin palveluihin löytää luvattomista palveluista uusia ominaisuuksia, jotka ovat palvelulle lisäarvoa tuottavia. Tutkimus rajautui tutkimaan palvelujen käytettävyyttä ja käyttökokemusta käyttäjien näkökulmasta. Palvelut, joita työssä tutkittiin, olivat tilauspalvelumallin mukaan toimiva Spotify ja torrent-sivusto Piraattilahti.

Tässä opinnäytetyössä teoreettinen viitekehys rakentui neljästä käsitteestä, jotka olivat keskeisiä tämän tutkimuksen toteutukselle. Musiikin digitaalinen jakelu ja palvelupolku olivat käsitteet, joita tarvittiin digitaalisten jakelupalvelujen ymmärtämiseksi ja kuvaamiseksi. Käyttäjäkeskeisyys ja käyttäjälähtöinen suunnittelu olivat käsitteet, jotka olivat keskeisiä käyttäjätutkimuksen toteuttamisessa.

Työ toteutettiin tuottamalla palveluista palvelutuokiot siitä vaiheesta palvelua, jossa toimii aktiivisesti. Tutkimukseen tuotettiin teemahaastattelurunko, jonka teemat valittiin käyttäjäkeskeiseen ja -lähtöiseen palvelutuotantoon perehtymällä. Teemahaastattelussa hyödynnettiin käytettävyydestäusten ääneenajattelu -tekniikkaa. Haastattelun aikana käyttäjät käyttivät palvelua ja kertoivat tutkijalle mitä he tekivät ja miten sen kokivat. Haastattelun tuloksia analysoimalla etsittiin toimintoja, joita kehittämällä palvelu saisi lisäarvoa.

Tutkimukseen haastateltiin neljää käyttäjää heidän omissa toimintaympäristöissään huhtikuussa 2013. Luvallinen palvelu koettiin hyvin käytettäväksi. Kehityskohteiksi käyttäjät kokivat suuren sisällön määrän käyttöliittymällä, hakutoimintojen monipuolistamisen sekä käyttäjän roolin kehittämisen siten, että käyttäjä pystyisi itse vaikuttamaan palvelun ulkoasuun, toimintoihin ja sisältöön jota se tarjoaa.

Tutkimuksessa saaduista tuloksista tehtiin seuraavat johtopäätökset: Käyttäjät haluavat kokea olevansa palvelun aktiivisia käyttäjiä eivätkä he halua, että palvelu toteuttaa kaiken heidän puolestaan. Käyttäjälähtöisyys- ja keskeisyys ei saa päättyä siihen, kun käyttäjä saa palvelun käyttöönsä. Aktiivisiksi käyttäjiksi käyttäjät kokevat itsensä, kun he pystyvät vaikuttamaan palvelun käyttöön ja toimintaan itse.

Asiasanat Käytettävyys, musiikin digitaalinen jakelu, palvelupolku, käyttäjälähtöisyys

Levo, Elias

Developing Services of Digital Distribution of Music by a User-centered Approach

Year	2013	Pages	43
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to research legal and illegal services of digital music distribution. The objective was to scrutinize if there were such usability and user experience factors in the illegal services that could be utilized in legal distribution services. The results were reported to the commissioner of this thesis, Finnish music agency, Fresh Tunes Finland.

The research question of this thesis was: are there new attributes in illegal distribution services that could increase the value of legal distribution services. The thesis focused on researching the usability and user experience of digital music distribution services. Services that were researched were Spotify and a torrentservice, Piraattilahti.

The theoretical framework in the research was built around four concepts that were essential for the research. Digital distribution of music and the customer journey were concepts that were needed to understand and represent the digital distribution services. User-oriented and user-centered designs of services were the concepts that were essential to produce the user research.

The customer journey was built phase by phase to illustrate the steps during which the user is actively using the service. The method to research customers' opinions was theme interview that was based on this customer journey. Themes for this interview were chosen by studying the theory of user-oriented and user-centered service design. The interviews were carried out with the help of a method of user-testing called thinking out loud. During the interviews the users were using the services and telling the researcher what they did and how they felt about it. By analyzing the results, the researched searched for functions that could produce added value to the legal distributing services of music.

Four users were interviewed and tested in their own end-user environments in April 2013. The legal service was considered very usable. The target of development seemed to be in the amount of information in the user interface, diversifying the search function and the development of the users' role in using the service in a way that the user could have a possibility of affecting the outfit, functions and contents of the service.

Based on the outcome of the interviews, the following conclusions could be drawn up-. Users need to experience themselves as active users of the service instead of the service acting on behalf of them. The concept of user-centered and -oriented service should not end at the point when the user gets to use the service. Users consider themselves being active users when they are able to affect the use and functions of the service.

Keywords Usability, digital distribution of music, customer journey, user-orientation

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Fresh Tunes Finland	7
3	Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjän näkökulmasta	8
3.1	Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjän näkökulmasta	9
3.2	Palvelupolku asiakaskokemuksen kuvaajana	10
3.2.1	Luvallinen jakelu	11
3.2.2	Luvaton jakelu	14
3.3	Käyttäjäkeskeisyys digitaalisessa maailmassa	16
3.4	Käyttäjälähtöinen suunnittelu	18
4	Tutkimuksen toteutus ja tulokset	19
4.1	Teemahaastattelu	20
4.2	Ääneenajattelu	21
4.3	Sovellettu teemahaastattelu tässä työssä	23
4.4	Haastattelun eteneminen	23
4.5	Haastattelun tulokset	26
4.5.1	Ulkoasu	28
4.5.2	Toiminnot	29
4.5.3	Sisältö	31
5	Tulosten yhteenveto	32
6	Käyttäjän näkökulmalla parempaan palveluun	33
	Lähteet	35
	Kuvat	37
	Kuviot	38
	Taulukot	39
	Liitteet	40

1 Johdanto

Musiikin talous on muuttunut merkittävästi Suomessa ja kansainvälisesti. Vuosituhannen vaihteen CD-levymyyntiin huippuvuosista on kiinteiden äänitteiden myynti vähentynyt Suomessa noin 30 miljoonalla eurolla. Digitaalinen äänitemyynti kehittyy jatkuvasti maailmalla ja Suomessaakin digitaalisten äänitteiden myynti liikkui vuonna 2011 8,1 miljoonassa eurossa. Levy-yhtiöt vaikuttavat musiikkiteollisuudessa edelleen, mutta digitalisoitumisen myötä musiikin julkaisemisesta on tullut hyvin helppoa myös itsenäisille artisteille ja pienlevy-yhtiöille. Vastapainona tälle on myös musiikin luvaton jakelu helpompaa kuin koskaan. Teollisuuteen on noussut uusia toimijoita ja palveluja kuten managerit ja Spotify. Opinnäytetyö musiikin digitaalisen jakelun käyttäjäkeskeisyydestä selvitti luvattomista jakelupalveluista löytyviä käyttäjäkeskeisiä tekijöitä. Onko näillä palveluilla olemassa käyttäjäkeskeisyyteen vaikuttavia ominaisuuksia joita myös luvalliset toimijat voisivat hyödyntää?

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää millaisia käyttäjälähtöisiä tekijöitä löydetään musiikin luvattomista jakelupalveluista. Näitä tekijöitä analysoimalla tutkittiin voidaanko niitä hyödyntää luvallisissa palveluissa. Tutkimus keskittyi vertailemaan vertaisverkkopalveluin toimivia luvattomia palveluja sekä luvalliseksi määriteltä Spotifya. Sovelletuna teemahaastatteluna toteutetussa käyttäjien tutkimuksessa kävi ilmi myös palveluille lisäarvoa tuottavia tekijöitä, joita ei löytynyt luvattomasta eikä luvallisesta palvelusta.

Tutkimus rajautui koskemaan käyttäjiä, jotka ovat käyttäneet sekä luvallisia että luvattomia palveluja kuunnellakseen musiikkia. Näitä käyttäjiä haastatteleamalla pyrittiin etsimään tekijöitä, jotka parantaisivat palvelun käytettävyyttä ja käyttökokemusta käyttäjän näkökulmasta.

Tutkimus rakentuu viidestä kappaleesta. Ensimmäisessä kappaleessa, Fresh Tunes Finland esittelee opinnäytetyön toimeksiantaja sekä toimintaympäristö, jossa tutkija toimi. Kappaleessa musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjän näkökulmasta läpikäydään teoreettinen viitekehys ja käsitteet, jotka ovat keskeisiä tämän tutkimuksen kannalta. Tutkimuksen toteutuksessa ja tuloksissa käsitellään tutkimuskysymys, tähän tutkimukseen valittu tutkimusmenetelmä sekä tulokset, jotka menetelmällä saatiin. Tulosten yhteenvedossa käsitellään kaikkia tämän tutkimuksen tuloksia tarkemmin. Viimeisessä kappaleessa, käyttäjän näkökulmalla parempaan palveluun esitellään johtopäätökset jotka tässä tutkimuksessa tehtiin.

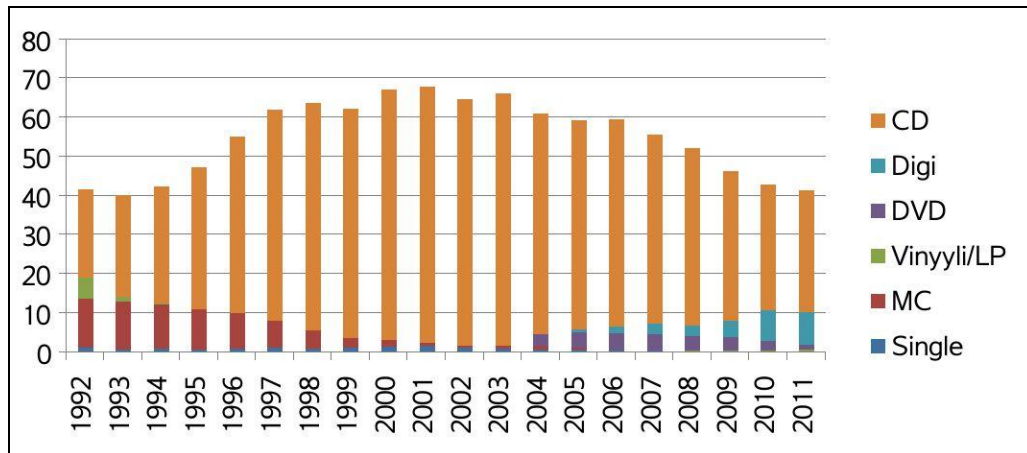
2 Fresh Tunes Finland

Hankkeen toimeksiantajana toimi vuonna 2009 perustettu suomalainen useita eri äänittäviä artisteja edustava musiikkitoimisto Fresh Tunes Finland. Yritys keskittyy muun muassa artistimanagointiin, konsultointiin, kehittämiseen, markkinointiin ja promootioon. Fresh Tunesin pyrkimyksenä on perinteisistä toimintamalleista irtautuminen ja uusien, kestävien sekä tuotteen työtapojen kehittäminen ja omaksuminen. (Fresh Tunes Finland 2012.)

Artist managementin lisäksi organisaatio konsultoi myös yrityksiä ja työskentelee digitaalisen markkinoinnin saralla erikoistuen sosiaaliseen mediaan. (Fresh Tunes Finland 2012.) Fresh Tunesin edustamien artistien musiikkia myydään perinteisten keinojen lisäksi digitaalisesti esimerkiksi Bandcamp.com:ssa sekä Spotifyssa joten digitaalisen myynnin kehittäminen on kyseiselle yritykselle sopiva aihe. Tämän lisäksi Fresh Tunes Finland kokee käyttäjä- sekä kulluttajälähtöisen ja asiakkailleen ”reilun” toiminnan tärkeäksi piirteeksi.

Lyhyen ikänsä, pienen kokonsa, nuoren keski-ikänsä sekä äärimmäisen nykyaikaisen toimintaympäristönsä ja -tapojensa myötä Fresh Tunes Finland on myös jännittävä toimija. Pienemmillä resursseilla työskennellessä vaaditaan hankkeen toteuttajalta innovatiivisuutta, luovuutta, kärsivällisyyttä ja jaksamista työskentelyssään.

Seuraavassa taulukossa esitetään ääniteteollisuutta merkittävimmin kuvaavan tilaston, äänitteiden myynnin kehitys Suomessa vuodesta 1992 eteenpäin. Taulukossa käytetyt tiedot löytyvät Musiikkituottajat Ry:n kotisivuilta. Taulukko 1 esittää myyntitilastoja miljoonina euroina. Taulukon osoittamista tiedoista voimme havainnoida numeerisesti ääniteteollisuuden myynnin laskua. Huippuunsa levymyynti Suomessa pääsi vuosituhaten vaihteen paikkeilla, jolloin äänitteitä myytiin parhaana vuotena (2000) yhteensä 68,1 miljoonalla eurolla (Taulukko 1). Merkittävä tekijä näissä huippumyynneissä on etenkin kuuntelukokemuksen laadun ja liikkuvuuden kehittyminen uusien teknologioiden myötä (Krasilovsky & Shemel 2007, 7).



Taulukko 1: Ääniteteollisuuden rahallinen muutos Suomessa (IFPI 2012).

Taulukosta käy ilmi, että CD-myynti on laskenut vuosina 2000-2011 noin 31,2 miljoonalla eurolla. Digitaalinen myynti plestaan on kasvanut tilastoidusti 8,2 miljoonaa euroa vuoden 2005 jälkeen. Vaikka digitaalisen myynnin kasvu ei vielä kata CD-myyntin laskua, on kasvu kuitenkin huomattavaa. Digitaalisessa jakelussa löytyy erilaisia liiketoimintamalleja joissa myynti ei toteudu fyysisen äänitteen tavoin. Euromääräistä laskua selittää jossain määrin myös se, ettei kuluttaja maksa enää fyysisestä tuotteesta jolloin muun muassa moni logistinen tekijä pienentää äänitteen lopullista hintaa.

Levymyyntin huippuvuosista alkanut myynnin vähentyminen on selitetty usein piratismiin liittyneillä. Piratismillekin löytyy useita syitä, joista eräänä mainitaan laillisten palvelujen heikko tarjonta (Afterdawn 2012; TorrentFreak. 2012). Voiko syynä piratismille olla siis enimmäkseen kuluttajien tarve saada viihdettä, jota esimerkiksi heidän kotimaissaan ei pysty kuuntelemaan?

3 Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjän näkökulmasta

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen keskeiset käsitteet, niiden yhteys toisiinsa sekä miten ne esiintyvät tässä tutkimuksessa. Nämä käsitteet muodostivat tälle tutkimukselle teoreettisen viitekehyksen. Musiikin digitaalisen jakelun sekä käyttäjäkeskeisen palvelutuotannon tutkimusta varten tutkijan oli kerättävä tietoa siitä mitä nämä käsitteet ovat.

Työn keskeiset käsitteet ovat musiikin digitaalinen jakelu, käyttäjäkeskeisyys, käytettävyys ja käyttökokemus. Koko työ keskittyy musiikin digitaalisen jakelun kehittämiseen. Digitaalisen jakelun ollessa varsin monipuolista on tämä käsite syytä avata lukijalle sekä rajata se. Musiikin digitaalista jakelua eri toimijoilla kuvataan tämän teoksen lukijalle palvelupoluista irro-

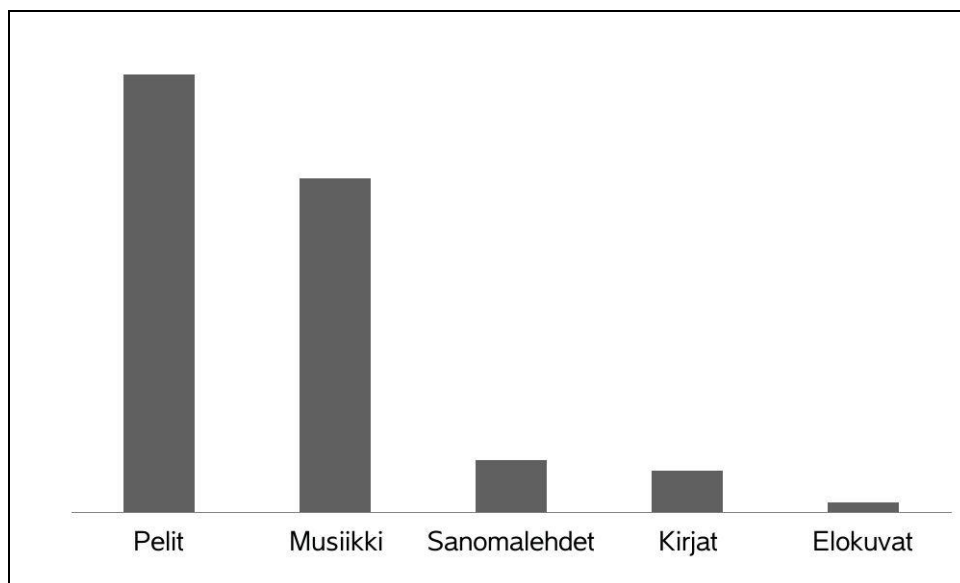
tettujen palvelutuokioiden avulla.

Palvelutuokiot, jotka tässä tutkimuksessa on luotu alan kirjallisuuden pohjalta ja esitelty luvuissa 3.2., 3.2.1. ja 3.2.2. toimivat myös pohjana tässä tutkimuksessa toteutetulle sovelletulle teemahaastattelulle. Tämä sovellettu teemahaastattelu on esitelty kappaleessa 4.3.

3.1 Musiikin digitaalisen jakelun kehittäminen käyttäjän näkökulmasta

Digitaalinen jakelu tarkoittaa tämän työn kohdalla musiikin jakelua digitaalisessa muodossa perinteisten pakkausformaattien sijaan. Perinteisiä kiinteitä pakkausformaatteja ovat olleet esimerkiksi vinylilevy, c-kasetti ja cd-levy. Digitaalisen jakelun merkittävimpiä etuja ovat välitön saatavuus, edullisuus sekä helppo markkinointi (Owsinski 2009, 98).

Digitaalinen myynti on helpon saatavuutensa myötä noussut merkittävälle tasolle esimerkiksi pelimyyntissä (Taulukko 2). Eräänä syynä voidaan pitää digitaalisen tuotteen helppoutta ja sitä, ettei tuotteeseen liity konkreettista tilaa vievää tuotetta. Digitaalisissa palveluissa on yleensä myös se hyöty, ettei esimerkiksi CD-levyn, kirjan tai kannen rikkoontuminen vaikuta tuotteen käytettävyyteen tuotteen ollessa aineettomassa muodossa esimerkiksi pilvipalvelussa.



Taulukko 2: Digitaalisen myynnin osuus yritysten liikevaihdosta globaalisti (IFPI 2012).

Kirjassaan *Palvelumuotoilu* Tuulaniemi (2011, 92-93) tuo ilmi näkemyksen palvelun pakkaamisesta esineeksi. Teoksessa lainatun bloggaajan mukaan asiakas kokee saavansa heti jotakin vastinetta rahoilleensa, kun toimitaan näin ja esimerkkinä nostettiin esille tietokoneohjelmistot. Yllä esitetyn IFPI:n tietoihin perustuvan taulukon 2 mukaan voisi kuitenkin olettaa tilanteen olevan toisin.

Koska kyseessä on digitaalinen formaatti jolla ei ole konkreettista pakkausta, ei musiikin tuotannon jälkeen synny minkäänlaisia kuluja. Näitä kuluja ovat olleet perinteisesti esimerkiksi levyjen ja levykansien grafiikka, suunnittelu ja muoto. Nämä tekijät ovat myös vaikuttaneet levyn julkaisuaikatauluun. Digitaalisesti julkaistussa levyssä ei tarvitse odottaa levyn saapumista painosta. Etenkin promootiokäytössä digitaalisten formaattien käyttö on äärettömän helppoa ja tehokasta. Kuka tahansa pystyy lataamaan esimerkiksi *Soundcloudin* kaltaisiin audiopilvipalveluihin musiikkiansa ja jakamaan tätä eteenpäin esimerkiksi sosiaalisessa mediasa. (Owsinski 2009, 98.)

3.2 Palvelupolku asiakaskokemuksen kuvaajana

Tässä opinnäytetyössä hyödynnettiin palvelupolkua palvelun kuvaamiseksi. Sekä luvallisen että luvattoman jakelun palvelupoluilta etsittiin palvelutuokio. Palvelua kuvattiin tällä tavalla jotta löydettäisiin ne vaiheet jotka käyttäjä käy läpi kuunnellakseen yhden musiikkiteoksen. Näitä palvelutuokioita hyödynnettiin tämän tutkimuksen haastattelu-vaiheessa.

Käyttäjän matkaa palvelun eri vaiheiden läpi voidaan kuvata palvelupolulla. Tällä kuvauksella esitetään se, miten käyttäjä kulkee ja kokee tuotetun palvelun aika-akselilla. Palvelupolku jaetaan pienempiin kokonaisuuksiin joista kutsutaan palvelutuokioiksi ja palvelun kontaktipisteiksi. (Tuulaniemi 2011, 78.) Myös Miettisen (2010, 5) mukaan palvelupolku kuvaa käyttäjän etenemistä palvelun aika-akselilla.

Tuulaniemi kuvaa palvelupolun palvelukokonaisuuden kuvaukseksi. Tämä kokonaisuus jaetaan pienempiin osiin, palvelutuokioihin. Nämä osat kokonaisuudesta sisältävät puolestaan lukuisia palvelun kontaktipisteitä. Jakamalla kokonaisuus näihin osiin, pystytään palvelun kehittämässä keskittymään palvelun eri osiin. Tuulaniemen mukaan suuren kokonaisuuden jakaminen osiksi helpottaa palvelun kanssa toimimista: pienempiin osiin on helpompi päästä käsiksi ja ryhtyä kehittämään niitä. (Tuulaniemi 2011, 78.)

Palvelua tai sen kehittämistä toteutettaessa on toiminta aloitettava valitsemalla se palvelun osa johon toiminta kohdistuu (Tuulaniemi 2011, 78). Kun palvelutuokio on määritelty, pystytään se avaamaan ja löytämään sen kontaktipisteet. Näitä palvelun kontaktipisteitä tutkimalla voidaan löytää niiden ongelmat ja kehityskohteet. Tuulaniemen palvelupolun määritelmän perusteella tehtiin tätä opinnäytetyötä varten seuraavassa kappaleessa läpi käytävät johtopäätökset.

Musiikin luvallisten ja luvattomien jakelupalvelujen palvelupolusta valittiin palvelutuokio, jonka aikana käyttäjä varsinaisesti käyttää palveluja. Tarkastelemalla tätä palvelutuokiota

pystyttiin etsimään sen sisältämät eri kontaktipisteet. Tuulaniemi kuvaa kontaktipisteitä ihmisiksi, ympäristöiksi, esineiksi ja toimintatavoiksi. Näiden tekijöiden kautta käyttäjä on kosketuksissa palveluun kokonaisvaltaisesti kaikilla aisteillaan (Tuulaniemi 2011, 79-80).

Palvelutuokioissa, jotka esitellään seuraavissa luvuissa, löydettiin kontaktipisteistä ympäristöt ja esineet. Ihmisiä ei löytynyt käyttäjän lisäksi valitun palvelutuokion sisältä. Koska käyttäjä ei palvelutuokion aikana ole yhteydessä asiakaspalveluun ei näihin liittyviä toimintatapoja ollut. Kontaktipisteiden tarkoituksena on asiakkaan ohjaaminen tälle määritellyllä toiminta-alueelle. (Tuulaniemi 2011, 81.)

Ympäristöt, jotka nousivat esiin tässä palvelutuokiossa, olivat digitaalisia. Näitä olivat internet-selain, Spotify ja torrent client -ohjelma. Käyttäjän palvelupolulla kohtaamat esineet olivat hänen tietokoneensa. Koska digitaalinen ympäristö havainnoitiin kontaktipisteistä selkeimmin, keskityttiin tässä tutkimuksessa sen eri osien tutkimiseen.

Tämän opinnäytetyön olettamuksena oli, että käyttäjä on jo joskus käyttänyt erilaisia musiikin digitaalisen jakelun palveluja. Palvelupolku tai palvelutuokio, johon keskityttiin, ei sisältänyt toimenpiteitä kuten ohjelmistojen asentaminen tietokoneelle.

Käyttäjän palvelun käyttöön valittiin sama musiikkiteos joka palvelusta etsitään, ladataan ja kuunnellaan. Saman musiikkiteoksen valintaan molemmissa jakelupalveluissa päädyttiin, koska näin löydettiin helposti toisiinsa vertailtavat vaiheet palvelutuokion sisältä.

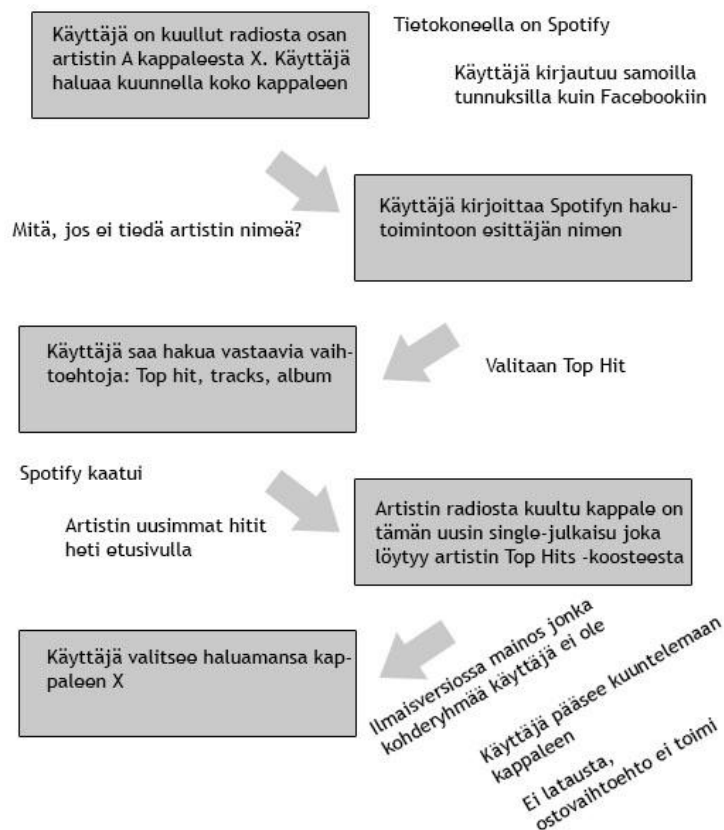
3.2.1 Luvallinen jakelu

Internetissä tapahtuva ilmainen tiedostonjakelu on luvallista vain, mikäli oikeudenhaltija on sallinut kappaleen jakamisen (TTVK 2012). Lisäksi kopiointi yksityiskäyttöön on sallittua kopeitavan äänitteen ollessa laillisesta lähteestä peräisin. Laillisen lähteen määritelmä toteutuu esimerkiksi kirjastosta lainattujen tai itse ostettujen levyjen kohdalla (Tekijänoikeus.fi 2012). Tekijänoikeuksia valvoo Suomessa Tekijänoikeuksien tiedotus- ja valvontakeskus, TTVK Ry.

Digitaalinen jakelu voidaan jaotella karrikoidusti lailliseen ja laittomaan sisällön jakamiseen. Kuluttajan näkökulmasta voidaan havaita kolmeen pääluokkaan jaoteltavat musiikin digitaalisen jakelun liiketoimintamallit. Nämä mallit ovat hybridimalli, tiedostonlataus ja tilauspalvelu (Tuomola 2002, 21). Hybridimalli toimii lähimpänä perinteistä levykauppaa. Verkossa toimiva jälleenmyyjä toimittaa asiakkaalleen tämän tilaaman levyn fyysisenä kappaleena postitse tai kuriirin välityksellä. Näin toimii muun muassa Internetissä toimiva CDON.com.

Tiedostonlataus-mallissa kuluttaja lataa palveluntarjoajan kotisivuilta maksua vastaan omistukseensa musiikkitiedoston. Tiedostot ladataan pääsääntöisesti MP3-formaatissa (Tuomola 2002, 21). Digitaalisissa malleissa kappaleiden hinnat saattavat vaihdella merkittävästikin erilaisten palvelujen välillä.

Viimeinen liiketoimintamalli on tilauspalvelumalli, jonka tunnetuimpia nykypäivän esimerkkejä ovat Applen iTunes Store sekä ruotsalaisperäinen Spotify. Etenkin Spotifyta on kehitetty musiikkialan innovaattorina. Palvelu logiikka on, että kuluttaja maksaa kiinteän kuukausimaksun ja hänellä on mahdollisuus kaikkiin palvelusta löytyvään kappaleisiin. Maksutonkin Spotify on täysin mahdollinen käyttää, mutta tällöin palvelu sisältyvät mainostauot ja palvelun ansaintalogiikka on kyseisten käyttäjien kohdalla eri kuin maksavien tulojen saapuessa mainostuloista. Maksuttoman Spotifyn kohdalla onkin huomioitava se, etteivät palvelun asiakkaat enää ole palvelua käyttävät kuluttajat vaan esimerkiksi mainostajat, jotka ostavat mainosaikaa. Vastaavanlainen liiketoimintamalli on myös esimerkiksi sosiaalisen median palvelu Facebookissa. Kuluttajat toimivat tällöin lähinnä loppukäyttäjinä, joita ei tietenkään saa laiminlyödä. Seuraavassa kuviossa esitetään käyttäjän palvelupolulta valittu palvelutuokio Spotifyssä.



Kuva 1: Palvelutuokio luvallisen palvelun palvelupolulta

Käyttäjä on kuullut radiosta artistin A musiikkikappaleen X. Käyttäjä haluaa kuulla tämän kappaleen kotona. Hänellä on tietokoneella Spotify ja valitsee sen käytettäväksi palveluksi. Palvelu vaatii kirjautumisen, mutta käyttäjä voi kirjautua myös toiseen digitaaliseen palveluun luomillaan käyttäjätunnuksilla. Tämä helpottaa käyttäjää, koska tämä ei joudu opettelemaan useita eri tunnuksia eri palveluihin. Käyttäjä on valinnut Spotifyn ilmaisversion, koska maksulliseen versioon tarvitsee luottokortin eikä käyttäjällä ole tai ei halua käyttää sitä.

Kirjaututtuaan palveluun löytää käyttäjä hakukentän josta tämä on ennenkin etsinyt musiikkia. Käyttäjä kirjoittaa hakukenttään artisti A:n nimen. Ongelmana tässä vaiheessa on tilanne, jossa käyttäjä ei tiedä artistin tai kappaleen nimeä. Käyttäjä voisi ratkaista tämän vaiheen esimerkiksi muistamalla osan kappaleen sanoitusta ja kirjoittamalla sen esimerkiksi Internetin hakupalveluihin. Toisaalta myös Spotify:n hakukentässä voisi olla toiminto joka tunnistaa kappaleen sanoituksia.

Kirjoitettuaan hakukenttään artistin nimen tulee hakukentästä esiin pudotusvalikko. Tässä pudotusvalikosta löytyy haetun artistin nimellä erilaisia osumia. Tässä tapauksessa Spotify löysi artistin nimen kanssa yhteen käyviä kappaleita, albumeja, soittolistoja sekä Top hitin. Top hit tarkoittaa, että Spotifyn katalogista löytyy täysin hakukenttään syötettyä tekstiä vastaava artisti, albumi tai kappale. Käyttäjä päättää valita Top hit-vaihtoehdon.

Tässä vaiheessa toimintoa Spotify kaatui ja käyttäjä joutui käynnistämään sen uudelleen. Tämä toimenpide ei kuitenkaan kestä kauaa. Valitessaan taas top hit -vaihtoehdon päättyy käyttäjä artistin artistisivulle josta löytyvät tämän Spotify:n laitettut kappaleet, albumit ja singlet. Ylimpänä artistin tiedoissa löytyvät artistin kymmenen soitetuinta kappaletta. Numerona yksi tällä listalla on käyttäjän etsimä kappale.

Käyttäjän painaessa etsimänsä kappaleen nimeä käynnistää Spotify:n integroitu musiikkisoitin ja käyttäjä olettaa kuulevansa kappaleen. Palvelun ilmaisversio toimii kuitenkin mainostuksella: ennen kappaleen kuulemistä täytyy käyttäjän kuunnella radiomainos. Mainonta on kohdennettua muun muassa sen mukaan missä maassa palvelua käytetään. Tässä tapauksessa käyttäjä ei kuitenkaan koe olevansa numerohakupalvelun mainoksen kohderyhmää.

Lyhyen mainoksen jälkeen pääsee käyttäjä kuuntelemaan haluamansa kappaleen. Käyttäjä haluaisi kappaleensa myös esimerkiksi MP3-soittimellensa, mutta Spotifyn ilmaisversiossa ei ole latausvalintaa. Myöskään kappaleiden ostaminen ei tapahtumahetkellä ollut käytössä. Kappaleen päätyttyä siirtyy Spotify soittamaan seuraavaa kappaletta artistin A soitetuimmista kappaleista. Käyttäjä jää selaamaan artistin etusivua jonne on koostettua tämän koko diskografiaa. Käyttäjä löytää tältä yhteenvetosivulta myös linkin vastaavien artistien Spotify-sivuille sekä artistin A:n biografiaan.

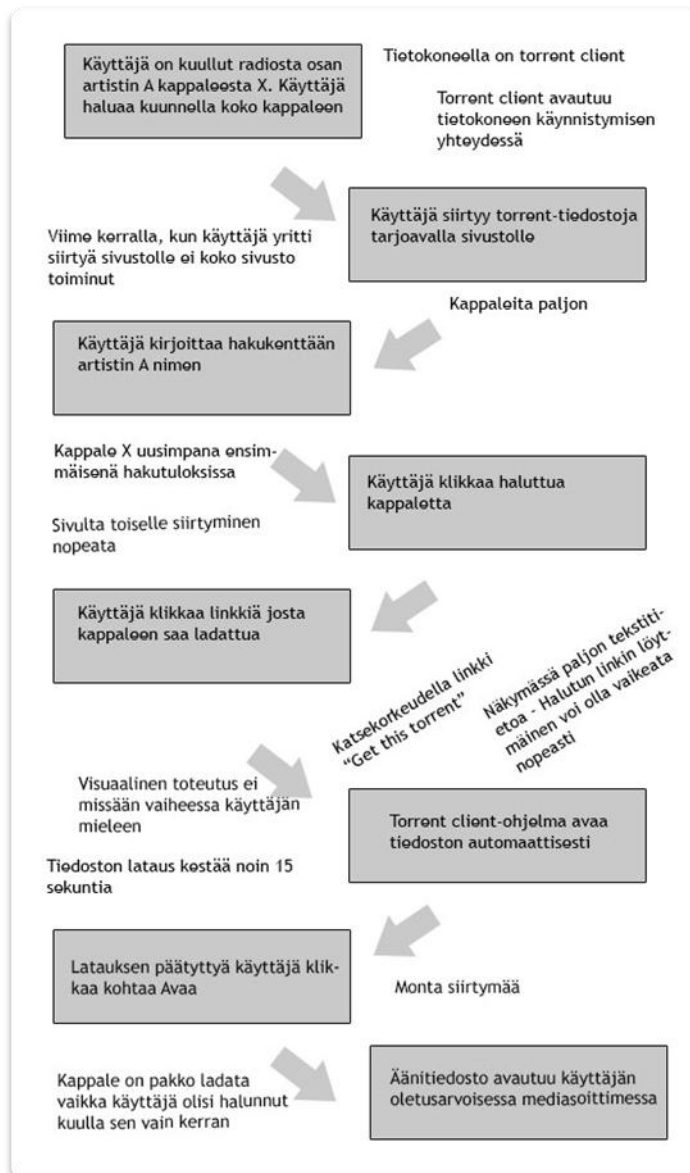
Tietäessään kappaleen tai artistin nimen jonka käyttäjä haluaa kuulla Spotifyssa ja mikäli palvelu on jo asennettuna hänen tietokoneellensa on Spotifyn käynnistämisen sekä kappaleen kuuntelun välissä seitsemän vaihetta. Vaiheet ovat palvelun käynnistäminen, kirjautuminen, haku, hakutuloksen valinta, kappaleen valinta, mainoksen kuuntelu sekä itse kappaleen kuuntelu. Mikäli ohjelmiston kaatumista kesken palvelupolun ei oteta huomioon, on käyttäjäkokeumus ollut hyvä ilmaiselle palvelulle.

3.2.2 Luvaton jakelu

Lain mukaan tekijänoikeusrikkomukseen syyllistyy henkilö joka kopioi tai levittää teosta tekijänoikeuslain vastaisesti tai muuten rikkoo tekijänoikeuksia. Tämä sisältää myös esimerkiksi piraattikopioiden maahantuonnin (Finlex 2005, 56 a §). TTVK:n mukaan piraattituotteiden myynti ja maahantuonti sekä luvaton tiedostojen jakaminen ja lataaminen internetistä on laitonta (Tekijänoikeus.fi). Luvatonta jakamista esiintyy monin tavoin joista käytetyimpiin kuuluvat vertausverkko-ohjelmat. Nämä ohjelmat kuten Bittorrent ja uTorrent ovat itsessään laillisia, mutta TTVK:n arvion mukaan 86,4 % niiden käytöstä on lainvastaista (TTVK 2012). TTVK mainitsee, että pääsääntönä luvattoman jakamisen tunnistamisesta on tunnetun artistin musiikin ilmainen jakaminen vertaisverkossa (TTVK 2012).

Vertaisverkkoina eli peer-to-peer -palveluina toimivat sivustot kuten The Pirate Bay toimivat jokseenkin samalla tavalla kuin tiedostonlatausmalli edellisessä kappaleessa. Erona on kuitenkin se, että ladattavat digitaaliset tuotteet eivät ole palveluntarjoajalla vaan sen käyttäjillä. Vertaisverkko tai sitä käyttävät palveluntarjoajat itsessään eivät ole laittomia. Palvelun laittomuus määräytyy sen mukaan mitä siinä jaetaan. Näiden palvelujen täyden lopettamisen nähdään olevan ongelma muun muassa sananvapausasioissa, koska palvelusta voi ladata myös esimerkiksi käyttäjien omia tuotoksia joita eivät pystyisi muuten julkaisemaan.

Seuraavassa kuviossa esitetään valittu palvelutuokio käyttäjän palvelupolulta vertaisverkko-palveluna toimivassa ThePirateBay:ssä. Tämän kuvion lähtökohtana on käyttäjä, joka on jo asentanut torrent client -ohjelman ja asettanut sen käyttökuntoon.



Kuva 2: Palvelutuokio luvattoman palvelun palvelupolulta

Käyttäjä on kuullut artistin A kappaleen X ja haluaisi kuunnella kappaleen. Koska käyttäjän tietokoneelle on asennettu torrent client -ohjelma, päättää hän ladata kuulemansa kappaleen luvattomalla menetelmällä. Torrent client avautuu tietokoneen käynnistyessä eikä sitä tarvitse erikseen käynnistää.

Käyttäjä siirtyy internet-selaimellaan torrent-tiedostoja tarjoavalle sivustolle. Viimeisellä käyttökerralla ei koko sivusto ole toiminut ja käyttäjä on tästä syystä epävarma sen toimivuudesta. Sivuston etusivulla on hakukenttä johon käyttäjä kirjoittaa artistin A nimen. Hakutuloksia on suuri määrä ja eikä haluttu kappale ole heti ensimmäisellä sivulla. Käyttäjä asettaa hakutulosten järjestykseksi Seeders. Tämä hakulistaus näyttää eniten sillä hetkellä muiden käyttäjien jakamat tiedostot. Ensimmäisenä hakutuloksena on haluttu kappale X.

Käyttäjä painaa linkkiä, jonka nimenä on artisti A:n nimi sekä kappale X. Linkistä käyttäjä siirtyy torrent-sivuston kohtaan josta käyttäjä voi ladata haluamansa kappaleen. Sivujen välillä siirtyminen on nopeata. Kohta, jota käyttäjän täytyy painaa pystyäkseen lataamaan kappaleen, ei ole käyttäjän mielestä merkitty selkeästi. Koska käyttäjä on käynyt sivustolla aiemminkin, tietää hän kuitenkin mitä linkkiä hänen tulee klikata. Uutta käyttäjää sivustolla esillä oleva tekstimäärä saattaa häiritä eikä tämä löytäisi oikeata linkkiä. Klikattuaan linkkiä, jossa lukee ”Get this torrent” lataa selain torrent-tiedoston tietokoneelle ja torrent-client -ohjelma avaa sen automaattisesti. Client-ohjelmassa käyttäjän täytyy vielä varmistaa, että torrent-tiedostoon kytketty äänitiedosto ladataan tietokoneelle.

Tiedoston latauksessa kuluu aikaa noin viisitoista sekuntia. Lataus on nopea, koska kyseisellä äänitiedostolla on paljon jakajia. Tiedoston latauksen valmistuttua klikkaa käyttäjä tiedostoa ja se avautuu tietokoneen oletusarvoiseksi asetettuun mediasoittimeen. Käyttäjä kuuntelee kappaleen. Polku, jonka aikana käyttäjä on aluksi avannut internet-selaimen ja kulkenut sen loppuun kuuntelemalla haluamansa kappaleen on yhdeksän vaiheen pituinen. Käyttäjän haluama tila on saavutettu, mutta siihen päästäkseen on tämän tiedettävä kuinka halutut ohjelmistot ja sivustot toimivat.

3.3 Käyttäjäkeskeisyys digitaalisessa maailmassa

Käyttäjäkeskeisen palvelusuunnittelun alku Suomessa voidaan ajoittaa verkkopalveluiden leviämisen alkamiseen. Vaikka Sinkkosen mukaan käytettävyyden osin kehitystyö on operatiivisissa järjestelmissä loppunut pitkälti vuonna 1999, on verkkopalvelujen yleistymisen lisännyt kiinnostusta kehitykseen. Syiksi tähän Sinkkonen mainitsee verkkotuotteiden käytön vapaaehtoisuuden sekä kilpailijoiden suunnattoman määrän. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 17.) Verkkotuotteiden käytön vapaaehtoisuudella tarkoitetaan sitä, ettei kenenkään ole pakko käyttää esimerkiksi sosiaalisen median palveluja. Tästä täysin poiketen ovat operatiiviset järjestelmät, kuten käyttöjärjestelmä pakollisia tietokoneen käyttöön.

Käyttäjäkeskeisen palvelutuotannon voisi kiteyttää käytettävyydeltään mahdollisimman helpojen sovellusten tuottamiseksi. Sinkkonen mainitsee, että verkkopalvelut toisaalta tasa-arvoistavat, mutta toisaalta taas epätasa-arvoistavat käyttäjiä (Sinkkonen 2009, 17). Spotify tarjoaa kaikille väylän kuunnella musiikkia levykaupan tai radioasemien läheisyydestä riippumatta, mutta toisaalta palvelua täytyy osata käyttää. Palvelua osataan käyttää, mikäli se on tuotettu käytettäväksi.

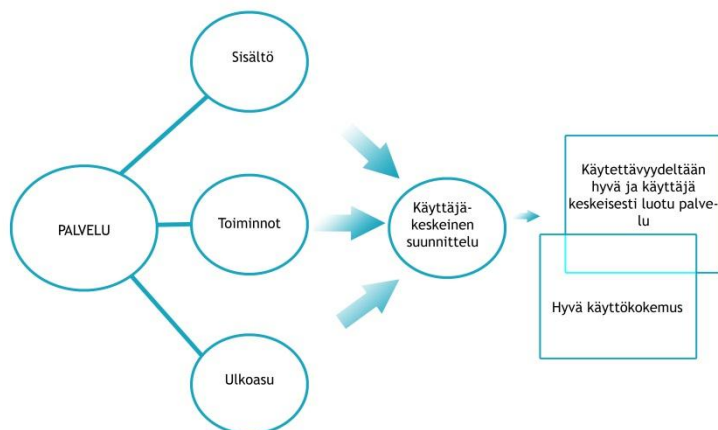
Puhuttaessa käyttäjäkeskeisestä verkkopalvelusta, voidaan se käyttäjäkeskeisyys jakaa kahteen osaan: käytettävyyteen ja käyttökokemukseen. Käytettävyys on määritelty yleisesti ISO

9241-11 -standardissa. Tämän määritelmän mukaan käytettävyydellä mitataan palvelun tai tuotteen käyttökelpoisuutta, tehokkuutta ja miellyttävyyttä niiden omassa käyttöympäristössä oikeiden käyttäjien käyttäminä. (Usabilitynet 2013.) Sinkkonen tarkoittaa näitä mitattavia tekijöitä seuraavasti: Käyttökelpoisuus tarkoittaa lopputuloksen täydellisyyttä, oikeutta ja virheettömyyttä. Tehokkuus, kuten yleensäkin, mitataan rahana, resursseina ja aikana (Sinkkonen ym. 2009, 20).

Käyttökokemuksesta ei puolestaan ole Sinkkonen mukaan olemassa virallista määritelmää. Hänen mukaansa parhaimpiin lukeutuu seuraava: Käyttökokemuksella tarkoitetaan käyttäjän tuntemuksia hänen käyttäessään palvelua. Tähän kokemukseen vaikuttavat palvelun ja käyttötilanteen lisäksi kaikki käyttäjän aiemmat kokemukset ja näkemykset palvelusta: Sen ominaisuudet, hyödyllisyys, sisältö ja tuotteen tai palvelun esille panija. (Sinkkonen 2009, 23.) Käyttäjän kokemus verkkopalvelusta pitää sisällään muun muassa palvelun sisällön, sen omaksettavuuden, merkittävyyden käyttäjälle, asioiden löydettävyyden, terminologian ja visuaalisen ilmeen. Sinkkonen mukaan hyvä käyttökokemus syntyy hyvän käytettävyyden pohjalta, kun käytettävyys luodaan käyttäjän näkökulmasta. (Sinkkonen 2009, 23.)

Teoksessaan Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu jakaa Sinkkonen verkkopalvelun käytettävyyteen vaikuttavat tekijät sisältöön, toimintoihin ja ulkoasuun. Palvelua kehitettäessä tulisi nämä osa-alueet palvelusta tutkia ja keskittää kehitystoiminnot niihin. Kehittämällä nämä osat palvelusta käyttäjän näkökulmasta käytettäväksi, päästään edellisessä kappaleessa käsiteltyyn hyvään käyttökokemukseen. (Sinkkonen 2009, 22.)

Sinkkonen (2009, 256) teoksessa esitetyn kuvion pohjalta luodussa kuviossa (Kuvio 3) esillä olevat verkkopalvelun käytettävyyteen vaikuttavat tekijät valittiin tässä työssä tutkittaviksi käytettävyyden osiksi. Nämä osat käydään läpi seuraavissa kappaleissa. Sisältö, toiminnot ja ulkoasu olivat tässä työssä keskeisinä teemoina aineiston keruussa.



Kuvio 1: Käyttäjän näkökulmalla hyvään käytettävyyteen (Sinkkonen 2009, 256).

Verkkosivun tai -palvelun käyttäjälleen esille tuoma substanssi on sen sisältö, informaatio tai palvelu. Käyttäjälle tämä esitetään tekstin, kuvan, videon, animaation tai äänimaailman muodossa. Sinkkosen mukaan verkkopalveluissa suurin osa muista elementeistä on olemassa vain jotta käyttäjä löytäisi hänelle tarjottavan sisällön. (Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen & Vastamäki 2009, 256.) Tässä työssä tarjottava ydinsisältö oli musiikkiteos jonka käyttäjä tah-too kuulla.

Palvelun oikeanlainen visuaalinen suunnittelu eli ulkoasu vaikuttaa sen käytettävyyteen. Työskennellessään palvelun kanssa on käyttäjän havaittava toimiansa suhteen olennaiset asi-at. Sinkkosen ym. mukaan (2006) tämän toteutuminen johtuu useissa tapauksissa siitä, että käyttäjän keskittymiskyky kohdistuu käyttöliittymän osaan johon sen ei pitäisi osua (Sinkko-nen ym. 2006, 67). Keskittymiseen pystytään vaikuttamaan useiden keinojen avulla. Mahdolli-sesti helpoin tapa kiinnittää huomio oikeaan paikkaan on värien käyttö (Sinkkonen ym. 2006, 127).

Sivuston tai palvelun kokonaisilmeen ollessa järjestelmällinen ja helposti lähestyttävä, on käyttäjän helpompi toimia sen kanssa. Voidaan todeta, että käyttäjän kyetessä loogisesti ete-nemään palvelussa ilman oikean linkin tai painikkeen etsimistä tekee työskentelystä tehok-kaampaa ja miellyttävämpää. Tätä väittämää tukee Sinkkosen kuva käytettävyyteen vaikutta-vista asioista. Sinkkosen mukaan sopivaan visuaaliseen tyyliin vaikuttaa muun muassa ryhmi-tellyt sisällöt, keskeisten asioiden näkyminen sekä ulkoasun rakentaminen tehtävien etenemi-sen järjestyksessä. (Sinkkonen ym. 2009, 22.)

3.4 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Käyttäjälähtöisen palvelun perusajatuksena on, että palvelulla tai tuotteella on ominaisuus, joka huomioi käyttäjän sille asettamat odotukset ja toiveet sekä vastaa käyttäjän tarpeisiin. Tuotteet ja palvelut jotka ovat käyttäjälähtöisiä tuottavat käyttäjilleen lisäarvoa, ovat halut-tuja ja kilpailukykyisiä markkina-alueellaan. Suunniteltaessa esimerkiksi palveluja käyttäjä-lähtöisiksi, on perustavana ajatuksena kehittää tuotteita, niin uusia kuin vanhojakin, käyttä-jän toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja tämän motiivien ymmärtämisen kautta. Tällaisessa suunnittelussa käyttäjän näkökulma otetaan huomioon ja nostetaan varsin korkealle tasolle ja palvelujen suunnitteluprosessissa käyttäjäkokemusta käytetäänkin ensisijaisena ja toimintaa ohjaavana tietona. (Miettinen, Raulo & Ruuska 2011, 13.) Käyttäjälähtöinen ja asiakaslähtöi-nen palvelu on pidettävä toisistaan erillään, koska nämä saattavat olla hyvinkin erilaisia toi-mintoja.

Käyttäjälähtöisen suunnittelun tavoitteena on tehostaa palveluliiketoimintaa siten, että asiakaskäyttäjän tarpeet, toiveet ja unelmatkin ovat täytettävissä. Samalla kun palveluntuottaja tuottaa lisäarvoa asiakkaalleen, käyvät haluttavat, kiinnostavat ja innovatiiviset palvelut markkinoilla paremmin kaupaksi. Hyöty on yhteinen ja tavoitteet samansuuntaiset. Käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta koko prosessi on vuorovaikutteinen, kahdensuuntainen sekä luova, jossa käyttäjätieto on avain menestykseen. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu tarkoittaa käyttäjän näkökulman omaksumista suunnittelun johtoajatuksiksi: käyttäjän näkemys ohjaa toimintaa koko prosessin ajan. Suunnittelijan tärkeimmäksi ominaisuudeksi sanotaankin hänen kykyään työskennellä yhdessä käyttäjän kanssa. (Vihma 2009, 83.)

Käyttäjälähtöinen (tai - keskeinen) suunnittelu perustuu informaatioon ihmisistä, jotka tulevat käyttämään suunniteltua tuotetta tai palvelua. Tämä tieto muodostuu kognitiivista, fyysisistä sekä sosiaalisista ja kulttuuriin liittyvistä tekijöistä. Palvelukokemus ei ole suunniteltavissa vaan se on aina subjektiivinen kokemus: asiakas muodostaa kokemuksensa palvelusta joka käyttökerta uudelleen (Tuulaniemi 2011, 26). Käyttäjälähtöisyyden vaatimus haastaa muotoilijat työskentelemään tiiviisti ihmisten kanssa: sekä käyttäjän että asiakkaan ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Tärkeimpiä palvelumuotoilijan ominaisuuksia ovat yhteistyö- ja yhteissuunnittelun taidot palvelujen käyttäjän kanssa. Käyttäjien tarpeet ja odotukset tulee olla suunnitteluprosessin lähtökohtana. Tällöin varmistetaan tuotteen tai palvelun kiinnostavuus, haluttavuus ja käytettävyys. (Miettinen 2011.)

4 Tutkimuksen toteutus ja tulokset

Tutkimuksessa käytettyjen tiedonkeruumenetelmien tulee olla tarkoitukseen sopivia ja niiden käytön perusteltua. Tutkijan täytyy pohtia ja selvittää pääseekö juuri hänen valitsemallaan menetelmällä tavoiteltuun lopputulokseen (Hirsjärvi ym. 1996, 195). Tässä tutkimuksessa käytettäväksi menetelmiksi valikoituivat sovellettu teemahaastattelu (4.3.) sekä palvelupolon kuvaaminen.

Tutkimusta tuotettaessa kannattaa tutkijan myös laatia tutkimuskysymys. Tutkimuskysymys tai -ongelma auttaa tutkijaa rajaamaan tutkimusta ja pitämään sen tiettyjen raamien sisäpuolella. Tämän työn tutkimuskysymys oli seuraavanlainen: Voidaanko luvallisiin digitaalisiin palveluihin löytää luvattomalta puolelta käytettävyydeltään ja käyttäjälähtöisyydeltään hyviä uusia ominaisuuksia? Luvallinen digitaalinen palvelu tässä työssä oli Spotify ja luvaton puolestaan Piraattilahti. Käyttäjille mieleen olevat ominaisuudet ovat ominaisuuksia, jotka tuottaisivat käyttäjien näkökulmasta palvelulle lisäarvoa tai jotka helpottaisivat palvelun käyttöä.

Jotta käyttäjäkeskeisiä ominaisuuksia voitaisiin löytää, on tutkijan kannattavaa tehdä tutkimustyö käyttäjien kanssa. Tässä tutkimuksessa se toteutettiin tuottamalla teemahaastattelun yhteydessä lyhyt toiminnallinen osuus. Tämä osuus oli käytettyvyydestauksissa käytetty ääneenajattelumenetelmä. Teemahaastattelua, ääneenajattelua ja näiden menetelmien soveltamista keskenään käydään läpi kappaleissa 4.1., 4.2. ja 4.3.

4.1 Teemahaastattelu

Hirsjärven ym. (2007) mukaan haastattelun uniikkisuus tutkimusmenetelmänä ilmenee tutkittavan yksilön kanssa koettavana suorana kielellisenä interaktiona. Tämä suora kontakti tutkimuksen kohteeseen vaikuttaa muun muassa aineiston keruun joustavuuteen (Hirsjärvi ym. 2007, 199). Joustavuus tarkoittaa sitä, että haastattelun aikana voidaan haastateltavasta ja haastattelussa tapahtuvista tilanteista riippuen mukauttaa sen etenemistä (Hirsjärvi ym. 2007, 200).

Haastattelut, jotka toimivat usein päämenetelminä kvalitatiivisissa tutkimuksissa valitaan usein käytettäväksi erilaisista syistä. Tutkija haluaa yleensä korostaa tutkimuksen kohteena olevan yksilön olemusta subjektina ja hänen halutaan olevan aktiivinen haastattelun ajan. Haastattelutilanteesta halutaan myös keskustelunkaltainen (Hirsjärvi ym. 2007, 200). Haastattelun merkittävien etujen ollessa vapaus, joustavuus ja syvyys, ovat kuitenkin haitat selkeitä. Kuten skaaloihin perustuvissa kyselyissä (Hirsjärvi ym. 2007, 195), on myös haastattelun ongelmana sosiaalisesti suotavien vastausten saaminen. Haastateltava saattaa muun muassa antaa itsestään kuvan tietynlaisena yksilönä: hyvänä kansalaisena, yleissivistyneenä, erilaiset sosiaaliset velvollisuudet täyttävänä yksilönä. Näistä seikoista haastateltava saattaa kertoa mieluusti, vaikei niistä kysytäkään. Toisaalta haastattelun kohde saattaa vaieta tai vastata vääristellen tiettyjen asioiden kohdalla. Näitä ovat muun muassa moraalisesti arveluttavat seikat, rikollisuus, sairaudet ja taloudellinen tilanne. (Hirsjärvi ym. 2007, 202.)

Erilaisia haastattelun lajeja yhdistää se, että niiden on tarkoitus olla eräänlaista keskustelua. Perinteisen keskustelun ollessa osapuolten välillä tasa-arvoista, on haastattelutilanteessa haastattelijalla eräänlainen johtoasema ja tilanne on keskustelunomaisuudestaan huolimatta koettava systemaattisena tiedonkeruumenetelmänä. Hirsjärvi ym. (2007) jakavat haastattelut täysin strukturoituun lomakehaastatteluun, teemahaastatteluun ja avoimeen haastatteluun. Lomakehaastattelussa toimitaan täysin ennalta määrätyn haastattelupohjan mukaan. Haastattelu on helppo toteuttaa, kunhan kysymykset on tehty. Avoin haastattelu on nimensä mukaan avoin tilanne, jossa tutkija ja haastateltava toimivat hyvin lähellä keskustelua. Haastateltavan ajatuksia aiheesta selvitetään sitä mukaa, kun ne tulevat keskustelussa luontaisesti vastaan. Lomake- ja avoin haastattelu ovat tämän tiedonkeruumenetelmän ääripäitä, joiden vä-

limaastoon sijoittuu tässä projektissa käytettävä teemahaastattelu, jota käsittelemme seuraavaksi. (Hirsjärvi ym. 2007, 202-204.)

Teemahaastattelussa haastattelu jaetaan teemoihin, joihin koko haastattelutilanne pohjautuu. Tässä muodossa ei ole kuitenkaan tarkkoja kysymyksiä tai järjestystä joihin ne olisi asetettu. Tutkimukseen valittiin käytettäväksi teemahaastattelu sen antamien vapauksien vuoksi. Haastatteluissa päästään keskustelemaan eri aihepiireistä tutkittavien yksilöiden kanssa suhteellisen vapaasti, kuulemaan tutkimuksen kohteiden ajatuksia ja jopa parhaassa tapauksessa saamme selville heidän näkemyksiään siitä, millaisia ratkaisuja he pitäisivät hyvinä. Kuluttajahaastattelut päätettiin ottaa osaksi tutkimusta, jotta saadaan selville kuluttajien kokemuksia ja tuntemuksia musiikin ostamisesta sekä digitaalisesti että perinteisesti. Tällä tavalla pyrimme selvittämään heidän kulutustottumuksiaan sekä sitä, mitkä tekijät kasvattaisivat olemassa olevien palvelujen arvoa. Tutkimuksen aihepiirin vuoksi on varauduttava muun muassa siihen, etteivät kuluttajat todellisuudessa ole niin ymmärtäväisiä musiikin suhteen kuin he antavat ymmärtää eivätkä he välttämättä puhu aivan totta esimerkiksi piratismia koskevissa asioissa.

Opinnäytetyössä haastateltiin neljää käyttäjää. Käyttäjien haastattelujen ensisijaisena tarkoituksena oli löytää käyttäjien käyttökokemusten pohjalta sellaisia tekijöitä luvattomista jake-lupalveluista, jotka toisivat lisäarvoa luvallisissa palveluissa. Käyttäjahaastatteluissa paneuduttiin kuluttajien käyttämiin palveluihin, heidän toiveisiinsa ja tottumuksiinsa.

4.2 Ääneenajattelu

Tämän opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmänä sovellettiin teemahaastattelua käytettävyydestäuksen ääneenajattelu-tekniikan kanssa. Päätös sovelletusta teemahaastattelusta tehtiin, koska käyttäjien haastattelu palvelun käytön ulkopuolella olisi voinut koitua käyttäjällä haastavaksi. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi ääneenajattelu tekniikkana.

Tämä käytettävyydestäuksissa käytetty tekniikka tarkoittaa sitä, että käyttäjää pyydetään ajattelemaan äänen toteuttaessaan vaadittuja tehtäviä. Käytettävyydestäus on menetelmä, jonka tavoitteena on selvittää palvelu käytettävyyttä. Käytettävyydestäusta ja sen tekniikoita kuten ääneenajattelu käytetään, jotta saadaan mahdollisimman objektiivista tietoa aitoja käyttötilanteita vastaavista tilanteista. (Koskinen 2005, 187.)

Tekniikan tarkoituksena on kerätä tietoa tuotteen ongelmakohdista sekä käyttäjän tuotteelle luomista ennakkokäsityksistä. Tekniikan eduksi voidaan lukea pieni testattava käyttäjämäärä sekä helppous. Pienestä testiotannasta huolimatta tällä tekniikalla saadaan suuri laadullinen aineisto. (Ilves 2005, 209.)

Ääneenajattelun käyttö vaihtelee paljon eri käytettävyydestaajien joukossa. Tämän lisäksi menetelmällä ei ole vahvaa teoriapohjaa. Teoriapohjan puutteen vuoksi ääneenajattelu luetaan pikemminkin tekniikaksi kuin aineistonkeruumenetelmäksi. Tästä syystä sitä käytettiin myös tässä opinnäytetyössä sovellettua teemahaastattelua tukevana tekniikkana.

Käytettävyydestauksen asiantuntijoiden mukaan ääneenajattelussa voidaan jaotella kolme päävaihetta: ohjeistus ja harjoittelu, testitilanne ja analysointi. Aineiston keruuta aloitettaessa tulee haastateltavalle luoda luonteva testiympäristö. Ympäristön luomisessa on huomioitava myös sellaisen ilmapiirin toteutus, jossa osallistuja pystyy toimimaan ensisijaisena puhujana. Suuri merkitys testauksessa on sillä, ettei osallistuja luule olevansa testin kohde: kohde on tutkittava tuote tai palvelu. Ennen testin aloitusta osallistujalle kerrotaan mitä ääneenajattelu tarkoittaa ja miten se käytännössä tehdään. (Ilves 2009, 211-213.)

Tässä opinnäytetyössä sovellettuun haastatteluun osallistuvat henkilöt pyydettiin toteuttamaan tehtävä ja selittämään tehtävän kannalta olennaiset toimintonsa ja ajatuksensa. Koska tässä työssä ei tutkittu esimerkiksi käyttäjän ajatteluprosesseja, oli tärkeää saada tietoa sitä kautta, että käyttäjä selitti toimintojansa. (Ilves 2009, 211.)

Itse testitilanteessa käyttäjän on tärkeää saada edetä testattavassa palvelussa itsenäisesti. Mikäli testaaaja joutuu esittämään kysymyksen tai kehotuksen käyttäjälle, on niiden oltava mahdollisimman neutraaleja. Tällä vältetään tilanne, jossa esimerkiksi testaaajan näkemykset testattavasta tuotteesta tai palvelusta vaikuttavat käyttäjän vastauksiin. Mikäli käyttäjä unohtaa testin aikana puhua ääneen, voidaan häntä lyhyesti muistuttaa siitä. Huomioitavaa on kuitenkin positiivinen ja pehmeä sävy muistutuksessa. Käyttäjä voi kokea ahdistusta, mikäli häntä käsketään jatkamaan. Tutkija tekee samalla käyttäjän toimista muistiinpanoja. (Ilves 2009, 213.)

Tuloksia analysoitaessa aineisto litteroidaan ja yhdistetään tehtyihin muistiinpanoihin. Koska käytettävyydestutkimuksen menetelmiä ja tekniikoita ei ole tarkoitus yleensä käyttää tarkkoihin analyyseihin käyttäjän sisäisistä prosesseista, ei aineistoa välttämättä tarvitse kirjoittaa tarkkaan puhtaaksi. Tärkeämmäksi koetaan, että tutkitaan vaiheita joissa käyttäjä käyttäytyi eri tavalla kuin oletettiin tämän toimivan. (Ilves 2009, 213.)

Tässä työssä käytettiin yksinkertaistettua ääneenajattelua sovelletun teemahaastattelun tekniikkana. Tässä muodossa ei tarvita käytettävyydelaboratoriota eikä pitkää koulutusta tehtävään. Yksinkertaistetussa versiossa tästä tekniikasta keskitytään tutkijan muistiinpanoihin eikä testitilannetta tarvitse esimerkiksi videoida. (Ilves 2009, 216).

4.3 Sovellettu teemahaastattelu tässä työssä

Tämän työn teemahaastattelun teemoina olivat käytettävyyteen ja käyttäjäkokemukseen vaikuttavat palvelun sisältö, toiminnot ja ulkoasu. Näitä osa-alueita palvelusta tutkittiin digitaalisista palveluista, jotta pystyttiin löytämään käyttäjän kanssa kehityskohteita laillisiin digitaalisiin palveluihin. Kehittämällä näitä osa-alueita saadaan tuotettua käyttäjälähtöinen palvelu jota käyttäjän on hyvä käyttää.

Teemahaastattelu toteutettiin valitsemalla kohteet aineiston keruulle. Työssä haastateltiin neljää käyttäjää. Käyttäjiksi valittiin henkilöitä jotka ovat käyttäneet sekä luvallisia että luvattomia digitaalisia palveluja.

Haastattelutilanteeseen oli tuotettu teemahaastattelurunko, joka noudatti tutkijan palvelun käytöstä tekemää palvelupolon palvelutuokiota. Teemahaastattelussa pyydettiin käyttäjää suorittamaan tehtävä. Tehtävän tavoitteena oli tilanne, jossa käyttäjä oli kuunnellut Artistin A kappaleen X. Suorittaessaan tehtävää pyydettiin käyttäjää ajattelemaan ääneen jokainen vaihe, jonka tämä kävi läpi. Ääneenajattelua ja aineiston keruuta tuettiin lisäksi teemahaastattelun mukaisia kysymyksiä hyödyntäen. Tämän opinnäytetyön ääneenajatteluvaihe oli yksinkertaistettu ja sovellettu eikä käyttäjä toiminut täysin itsenäisesti. Sovelletussa teemahaastattelussa sovellusten testausjärjestystä vaihdeltiin joka toisen kuluttajan kohdalla.

4.4 Haastattelun eteneminen

Haastattelun alussa käyttäjälle kerrottiin tutkimuksen ja tämän haastattelun tarkoitus. Tässä vaiheessa käyttäjälle esiteltiin ääneenajattelu käytettävyytestauksen menetelmänä ja kerrottiin testattavan henkilön sekä tutkijan roolit. Tutkittavalle henkilölle korostettiin, ettei tarkoituksena ole tutkia häntä vaan palveluja sekä käyttäjän kokemuksia niistä. Käyttäjälle esiteltiin haastattelun aikana suoritettavat tehtävät ja niiden taustatarina jo tässä vaiheessa lyhyesti.

Ennen tehtävien aloitusta käyttäjälle kerrottiin kyseisen tehtävän tavoite laajemmin sekä taustatarina tälle tehtävälle. Taustatarina oli seuraavanlainen: Olet kuullut artistin A kappaleen X radiossa ja haluaisit myöhemmin kuulla kappaleen uudestaan kotonasi. Käytössäsi on luvallinen musiikin jakelupalvelu Spotify jolla nyt kuuntelet kappaleen.

Käyttäjän edetessä jakelupalvelussa kysyttiin häneltä teemahaastattelun haastattelurungon pohjalta kysymyksiä joilla tutkittiin hänen kokemuksiaan palvelun käytön ajalta. Kysymykset luotiin aiemmin esitellyn palvelutuokio -kuvion pohjalta. Kysymysten lisäksi käyttäjää ei ohjailtu haastattelutilanteessa lukuun ottamatta niitä tilanteita, joissa käyttäjä unohti puhua

ääneen. Seuraavaksi käydään läpi kysymykset luvallisen palvelun testaukselle.

1. Mistä lähdet etsimään kappaletta?
 1. Oliko hakukenttä loogisessa paikassa?
 2. Oliko hakutoiminto helppo löytää?
 3. Mitä olisit tehnyt, mikäli et olisi muistanut kappaleen tai artistin nimeä?

Tässä vaiheessa käyttäjä oli ryhtynyt etsimään kappaletta Spotifyn hakutoiminnon avulla. Löytäkseen kappaleen Spotifyssä on hänen löydettävä hakutoiminto. Tämän toiminnon löytymisen voitiin siis nähdä olevan keskeinen tehokkaan käyttökokemuksen kannalta.

2. Minkä hakuvaihtoehdon (Top hit, Artist, Album jne) valitsit?
 4. Miksi?
 5. Voisiko hakuvaihtoehtoja olla enemmän? Millaisia?

Tässä vaiheessa Spotify:n hakukenttä on antanut hakuvaihtoehtoja joilla käyttäjä voi rajata hakuansa. Hakuvaihtoehtojen tarjoaminen helpottaa oikean kappaleen löytämistä. Tässä vaiheessa selvitettiin, tuliko käyttäjälle mieleen hakuvaihtoehtoja jotka olisivat auttaneet oikean kappaleen löytymistä.

3. Koitko kappaleen löytämisen helpoksi?
 6. Nopeus ja looginen eteneminen
 7. Ulkoasu
 8. Olivatko linkit selkeitä?

Tässä vaiheessa käyttäjä oli löytänyt oikean kappaleen. Haastattelun tässä vaiheessa pyrittiin selvittämään, millaiseksi käyttäjä koki kappaleen löytymisen kokonaisuutena. Selvittämällä nopeutta tutkittiin käyttäjän kokemusta siitä miten tehokkaaksi hän koki Spotifyn kanssa vietetyn ajan. Ulkoasun tutkimisella selvitettiin sitä, kuinka helpoksi käyttäjä koki oikean tiedon löytämisen kaiken muun tiedon keskellä palvelussa.

4. Miten koit mainokset?

Tässä vaiheessa käyttäjä on kuuntelemassa kappaleen, mutta ennen kappaleen soittoa tulee mainos. Tämän kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, häiritseekö kyseinen mainos käyttäjää palvelun käytön aikana.

Ensimmäisen tehtävän jälkeen käyttäjän kanssa keskusteltiin jo tässä vaiheessa havaituista puutteista tai ongelmista. Nämä havainnot kirjattiin ylös jotta niistä pystyttiin keskustele-

maan toisen tehtävän jälkeen.

Toisen tehtävän alustuksessa käyttäjälle esiteltiin sama tausta kuin ensimmäisessä: Olet kuunnellut artistin A kappaleen X radiossa ja haluaisit kuunnella kappaleen uudelleen kotona-si. Käytössäsi on luvaton tiedostonjakelupalvelu piraattilahti.org ja torrent client -ohjelmisto joilla hankit musiikkikappaleen itsellesi.

Myös tässä tehtävässä käyttäjän edetessä keskusteltiin hänen kanssaan teemahaastattelun haastattelurungon pohjalta. Näillä kysymyksillä pyrittiin tukemaan ääneen ajattelua ja havainnoimaan käyttäjän kokemuksia. Kysymykset luvattomien palvelujen kohdalla luotiin luvattomien palvelujen palvelutuokion pohjalta. Seuraavissa kappaleissa esitellään nämä kysymykset.

1. Mistä lähdet etsimään kappaletta?

1. Oliko sivuston hakukenttä loogisessa paikassa?
2. Oliko hakutoiminto helppo löytää?
3. Mitä olisit tehnyt, mikäli et olisi muistanut kappaleen tai artistin nimeä?
4. Oliko kappaleen löytäminen selaimen kautta etsiessä todennäköistä?

Tässä vaiheessa käyttäjä oli ryhtynyt etsimään haluamaansa kappaletta. Käyttäjälle oltiin jo avattu torrent client -ohjelma sekä internet-selain. Tässä vaiheessa kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, mitä kautta käyttäjä ryhtyi etsimään valittua kappaletta. Kappaleen olisi pystynyt löytämään kirjoittamalla internetin hakukoneeseen kappaleen nimen joka vähentäisi eri sivustoilla tehtävien toimintojen määrää.

2. Millä perusteella valitsit valitsemasi torrent-tiedoston?

5. Koitko oikean torrent-tiedoston olevan välittömästi saatavillasi?
6. Kiinnititkö huomiosi oikeaan torrent-tiedostoon heti?
7. Millaisiksi koet torrent-sivuston hakuasetukset?
8. Kuinka luotettaviksi koet eri linkit?

Torrenteja tarjoavat sivustot tarjoavat haun jälkeen lukuisia torrent-tiedostoja. Tässä vaiheessa selvitettiin sitä, löysikö käyttäjä oikean torrentin helposti.

3. Koitko kappaleen löytämisen helpoksi?

9. Nopeus ja looginen eteneminen
10. Ulkoasu
11. Olivatko linkit selkeitä?

Tässä vaiheessa käyttäjä oli löytänyt oikean kappaleen. Haastattelun tässä vaiheessa pyrittiin

selvittämään, millaiseksi käyttäjä koki kappaleen löytymisen kokonaisuutena. Selvittämällä nopeutta tutkittiin käyttäjän kokemusta siitä miten tehokkaaksi hän koki torrent-palvelussa vietetyn ajan. Ulkoasun tutkimisella selvitettiin sitä, kuinka helpoksi käyttäjä koki oikean tiedon löytämisen kaiken muun tiedon keskellä palvelussa.

4. Kuinka helppoa mielestäsi kappaleen lataaminen oli?

12. Get this torrent -kohta

13. Ymmärrätkö miten torrent-palvelu toimii?

4.5 Haastattelun tulokset

Käyttäjiä haastateltiin heidän kodeissaan viikolla 17 vuonna 2013. Sovelletun teemahaastattelun aikana käytetyt välineet olivat kannettava tietokone, jolla käyttäjä toteutti ääneenajattelutestauksen, sekä matkapuhelin, jota käytettiin haastattelun äänitykseen. Käyttäjille esitettiin tutkimuksen aihe sekä tutkimusmenetelmä, jota käytettiin. Tämän jälkeen käyttäjille esitettiin tehtävä, joka tuli suorittaa.

Haastattelujen tulokset litteroitiin haastatteluiden jälkityönä. Kaikki haastattelut litteroitiin sanatarkasti haastattelun mukaan. Syntynyt aineisto jaoteltiin taulukoihin kolme ja neljä, jotka käydään tässä kappaleessa läpi.

Taulukoita ryhdyttiin rakentamaan valittujen teemojen pohjalta. Teemat, jotka esiteltiin kappaleessa 3.2., olivat ulkoasu, toiminnot ja sisältö. Haastatteluista kerätty aineisto jaoteltiin näiden teemojen ja käytetyn palvelun mukaan. Näin syntyi aluksi kolmeen vaaka- ja kahteen pystyriiviin jakautunut taulukko. Pystyriiveille asetettiin Spotify ja Torrentpalvelu ja vaakarivillä puolestaan valitut kolme teemaa. Ensimmäisessä taulukossa (Taulukko 3) esitetään palveluiden käytön aikana ilmenneitä vahvuuksia sekä hyviksi koettuja ominaisuuksia ja toisessa (Taulukko 4) käyttäjien kokemia käytettävyyteen vaikuttavia heikkouksia.

Sovelletun teemahaastattelun aikana ilmeni myös ominaisuuksia, jotka toisivat palvelulle käyttäjien mielestä lisäarvoa. Näihin ominaisuuksiin ei ollut varauduttu haastattelua suunniteltaessa, joten tuloksia analysoidessa päädyttiin siihen, että vahvuuksia kuvaavaan taulukoon (Taulukko 3) luotiin uusi osio Lisäarvoa palvelulle. Tähän osioon koostettiin nämä haastattelun aikana ilmenneet ominaisuudet. Lisäarvoa tuottavat ominaisuudet päädyttiin liittämään tutkimuksen tuloksiin, koska nämä olivat juuri käyttäjiltä esiin tulleita ominaisuuksia.

Haastattelu analysoitiin jakamalla kerätty aineisto haastattelun mukaisiin teemoihin. Haastattelun teemat olivat käyttökokemukseen ja käytettävyyteen vaikuttavat ulkoasu,

toiminnot ja sisältö. Äänitetyn haastattelun litteroinnista kerättiin näihin teemoihin liittyvät asiat jotka käyttäjien kanssa nousivat esiin. Nämä tekijät jaettiin taulukolle (Taulukko 3) omiin teemoihinsa. Näistä haastattelussa ilmenneistä aiheista valittiin eniten tutkimuskysymykseen vaikuttavat tekijät. Nämä tekijät ovat sellaisia, jotka ilmentävät kunkin palvelun käytettävyyttä. Myöhemmässä taulukossa neljä käsitellään palvelun ongelmakohtia, jotka nousivat haastattelussa esille.

Taulukon ensimmäisessä sarakkeessa ovat valitut teemat. Toisessa sarakkeessa ovat Spotifyn ominaisuudet jotka käyttäjä koki hyviksi. Kolmannessa käsitellään torrentpalvelujen ominaisuuksia, jotka käyttäjä koki hyödyllisiksi. Sarakkeessa Lisäarvoa palvelulle ovat ne tekijät, jotka nousivat haastattelun aikana esille. Nämä tekijät ovat sellaisia, jotka käyttäjät kokisivat musiikkipalvelussa lisäarvoa tuottaviksi ja vaikuttaisivat käyttökokemukseen.

Teema	Spotify	Torrentpalvelu	Lisäarvoa palvelulla
Ulkoasu	<ul style="list-style-type: none"> • Ulkoasu selkeä, ohjaa käyttäjää oikeaan paikkaan • Hakukenttä helppo löytää 	<ul style="list-style-type: none"> • Sivusto todella yksinkertainen ja selkeä • Etusivulla vain hakukenttä johon käyttäjä keskittyy 	<ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus valita erilainen käyttöliittymä
Toiminnot	<ul style="list-style-type: none"> • Nopea • Valittu kappale löytyy heti • Yksi ohjelma jolla toimitaan • Mobiilisovellus 	<ul style="list-style-type: none"> • Valittu kappale löytyi nopeasti • Helppo käyttää, mikäli käyttänyt ennen • Torrent client -ohjelman käyttö helppoa • Kappaleen saa konkreettisesti tietokoneelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Haku lyriikoiden perusteella • Webbipohjaisuus • Hakutulokset haku-koneessa ohjaisivat suoraan Spotify:n • Kappaleiden visualisointi
Sisältö	<ul style="list-style-type: none"> • Osa suositellusta sisällöstä oikeasti käyttäjälle mieleen • Löytää kotimaista tuotantoa • Laaja valikoima 	<ul style="list-style-type: none"> • Valittu kappale löytyi nopeasti • Tunnetut kappaleet helppo löytää • Helpompi löytää yksittäinen kappale 	

Taulukko 3: Musiikkipalvelujen vahvuudet

Taulukko 4, johon kerättiin digitaalisista palveluista heikkoja piirteitä, rakentui vain kahteen pystysarakkeeseen. Koska taulukon 3 sarakkeen "Lisäarvoa palvelulle" tehtävänä oli kerätä tutkittujen palvelujen ulkopuolelta löytyneitä lisäarvoa tuottavia tekijöitä, ei vastaavaa saraketta tarvittu enää taulukossa 4. Tämän sarakkeen puuttumista lukuun ottamatta rakennettiin

taulukko 4 samalla tavalla kuin taulukko 3. Pystysarakkeisiin on valittu tutkittavat digitaalisen jakelun palvelut ja vaakasarakkeisiin puolestaan teemat.

Teema	Spotify	Torrentpalvelu
Ulkoasu	<ul style="list-style-type: none"> • Paljon sisältöä käyttäjän näkymällä • Hakukenttää joutui vähän etsimään 	<ul style="list-style-type: none"> • Mainoksia • Paljon tekstimuotoista sisältöä • Karu
Toiminnot	<ul style="list-style-type: none"> • Kirjautuminen • Sosiaalinen media yhdistettynä palveluun ellei osaa kytkeä pois päältä • Ongelma mikäli ei tiedä kappaleen nimeä • Oltava verkossa” • Eri sovellukset musiikille, videosisällölle, peleille ja muulle viihteelle • Käyttäjät eivät halua, että heidän puolestaan tehdään asioita heiltä kysymättä 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaikeuksia mikäli ei ole käyttänyt ennen • Epämääräiset latauslinkit (get this torrent) • Kolme käytettävää ohjelmaa
Sisältö	<ul style="list-style-type: none"> • Antaa liikaakin vaihtoehtoja • Suositellussa sisällössä materiaalia josta käyttäjä ei pidä • Ei konkreettista kappaletta (esim. mp3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuntemattomampaa ja vanhempaa sisältöä vaikeampi löytää

Taulukko 4: Musiikkipalvelujen heikkoudet

Seuraavissa luvuissa on käyty läpi näiden taulukoiden sisältö. Ensimmäisessä luvussa 4.5.1. käydään läpi palvelujen ulkoasusta löydetty hyvät ja huonot puolet sekä kehitysehdotukset. Seuraavassa luvussa 4.5.2. käydään läpi palvelujen toimintoja ja kolmannessa luvussa 4.5.3. niiden tarjoamaa sisältöä.

4.5.1 Ulkoasu

Käyttäjät kokivat Spotifyn ulkoasun selkeäksi ja käyttäjää oikeaan sijaintiin käyttöliittymässä ohjaavaksi. Hakukentän löytyminen oli nopeaa, vaikka käyttäjiltä nousikin esille mainintoja kuten ”Itse asiassa jouduin vähän etsimään tota hakukenttää, koska en ollut hetkeen käyttänyt tätä.” Toinen työhön haastateltu sanoi hakukentän olevan jokseenkin epäselvässä kohdassa: ”Se oli tuolla yläpalkissa, jossa niinku Wordissa on tyyliin kaikki työkalut ja muut, olisin olettanut sen olevan enemmän tossa keskellä.”

Osa käyttäjistä oli myös sitä mieltä, että Spotify tarjoaa liikaakin sisältöä käyttäjän näkymäl-

lä. Tämä vaikutti siihen, että käyttäjät kokivat palvelun ulkoasun ajoittain sekavaksi: ”Täs ei välttämättä heti ekana ala kuuntelee musiikkia, kun alkaa vaan ihmettelemään kaikkee mitä-tarjotaan.”

Torrentpalvelua käytettäessä oli käytettäväksi torrent-tiedostoja tarjoavaksi sivustoksi valittu www.piraattilahti.org. Käyttäjät kokivat sivuston etusivun hyvin yksinkertaiseksi ja selkeäksi: ”Tässähän ei ole, ku tämä hakukenttä, et on aika helppo lähtee hakemaan musiikkia.” Eräs haastatelluista vertasi sivuston toimivan samalla logiikalla kuin hakukone Googlen kotisivu www.google.fi. Samoin kuin Google, ei käyttäjälle aukeava Piraattilahden etusivu tarjoa juuri muuta mahdollisuutta kuin tehdä hakuja.

Piraattilahden ulkoasun oltua käyttäjistä toisaalta yksinkertainen, todettiin sen toisaalta olevan myös vähemmän tyylikäs kuin esimerkiksi Spotify. Torrent-tiedostoa etsiessä kohtaa käyttäjä sivuston, jolla on huomattava määrä erilaisia mainoksia ja tekstisisältöä: ”Joo siis ohan tässä nyt kaikkee mainosta ja härpäkettä, et on tää vähän ruma.” Muita käyttäjien käyttämiä adjektiiveja olivat esimerkiksi karu ja tylsä.

Teemahaastattelun aikana käyttäjiltä kävi ilmi toive yksinkertaisemmasta käyttöliittymästä Spotifyssa. Käyttäjät toivoivat muun muassa mahdollisuutta vaihtaa käyttöliittymän halutesaan juuri Piraattilahden kaltaiseen hyvin yksinkertaistettuun. Eräs käyttäjä totesi, että ”Olis siistii, jos sais kustomoitua tätä ulkonäköä, et tos näkyis vaan se mistä on ite kiinnostunut.” Sama ilmiö havaittiin myös sisällön ja toimintojen kohdalla (Kappaleet 4.5.2. & 4.5.3.).

4.5.2 Toiminnot

Palvelua käyttäessään käyttäjät kokivat Spotifyn varsin nopeaksi ja he löysivät halutun kappaleen lähes välittömästi. Kaikki käyttäjät kirjoittivat hakukenttään Artisti A:n ja Kappaleen X. Tällä haulla palvelu löysi valitun kappaleen heti ja sen pystyi kuuntelemaan heti.

Itse Spotify-sovellusta käyttäessään käyttäjät kokivat ongelmia muun muassa kirjautumisen osin. Palveluun kirjaudutaan joko Facebook- tai Spotify-tunnuksilla. Eräs käyttäjästä oli huolestunut siitä, muistaako Spotify-tunnuksensa, koska ei halunnut palvelun jakavan tietoja hänen musiikin kuuntelustaan sosiaalisessa mediassa: ”En oo ihan satavarma, mikä mun käyttäjätunnus on, kun nykyään näitä tarvitaan joka paikkaan.” Käyttäjä kirjautui kuitenkin samalla tunnuksella, joka tällä on käytössään Facebook:ssa joten hänelle esitettiin heti suositeltua sisältöä: ”Mä haluan vaan pois tästä.” Kyseinen käyttäjä ei ollut juurikaan innostunut sosiaalisen median yhdistämisestä hänen musiikin kuunteluunsa. Toinen käyttäjä mainitsi kuitenkin, että hänestä Facebookin yhdistäminen Spotify:n on mukavaa: ”Mä voin kattoa, että jos joku olisi löytänyt jonkun uuden hyvän biisin.”

Käyttäjät näkivät Spotifyn olevan helppo ohjelma torrentpalveluihin verrattuna, koska palvelua käytetään vain yhdellä ohjelmalla. Tästä huolimatta esiin nousi myös maininta siitä, että ensimmäisellä käyttökerralla sovellus saattaa olla vaikea sisäistää: ”Mä en ainakaan yhtään päässyt kärryille, ku ekaa kertaa käytn, enkä sit käyttänytkään silloin.”

Toiminnoissa käyttäjät kokivat myös ongelmia tilanteissa, joissa he eivät tietäneet esimerkiksi kappaleen nimeä tai esittäjää. Kun käyttäjiltä kysyttiin, mitä he tekevät tällaisissa tilanteissa, olivat vastaukset varsin yhdenmukaisia: Käyttäjät kirjoittivat osan kappaleen sanoitusta esimerkiksi Googlee ja toivoivat sitä kautta löytävänsä kappaleelle nimen ja esittäjän. Eräs käyttäjästä sanoi, että tällaisessa tilanteessa hän yrittäisi kirjoittaa kappaleen sanoja Spotify:n hakukenttään. Palvelu ei kuitenkaan osaa löytää kappaletta tällä tavalla. Käyttäjiä häiritsi myös Spotify:n ilmaisversiossa se, että heidän on oltava internetissä palvelua käyttäessään: ”Pakko sit lataa se biisi jostain muualta, jos sen haluaa vaik messiin puhelimeen.”

Torrentpalvelua käyttäessään kaikki käyttäjät löysivät kappaleen nopeasti. Käyttäjien mielestä palvelu on helppokäyttöinen, mikäli on käyttänyt torrentpalveluja aiemminkin. Kolikon kääntöpuoleksi käyttäjät totesivat, että palvelun käytössä kohtaa helposti vaikeuksia, jos torrentpalveluja ei ole käyttänyt aiemmin. Näihin vaikeuksiin luettiin muun muassa vaikeasti tulkittavat latauslinkit ja kolme eri ohjelmaa joita on käytettävä musiikkia kuunnellakseen.

Latauslinkeistä käyttäjät totesivat seuraavaa: ”No mä painan tota Get This Torrent -kohtaa, ku mä tiedän, et se lataa siit... Mut ihan varmana aika moni painaa noita, jois lukee Download.” ja ”Kyl noi pitää tietää, et mikä noista tiedostoista on okei ja voi ladata.. Et jos ei tiää, ni voi aika helpolla tulla noit viruksia.” ”Toi on ihan megapieni toi oikee latauslinkki tuol sivulla ja sit noi Download-napit, joista menee jonneki huijaussivulle ni ne on isoi ja niitä nyt meinaa eka painaa.” Eräs käyttäjästä totesi, torrent- ja muidenkin internetsivustojen käytöstä seuraavaa: ”No joo, lähinnä se on tiedon puutteest kii, jos sä saat koneelles viruksia. Et se missä sä käyt internetissä, ni sun pitää tietää, et mitä siel on. Jossä lähet poukkoilee jonnekki, ni kylhän sä sinne metsään eksyt sit”

Käyttäjät latsivat torrent-sivustolta kappaleen, joka aukesi BitTorrent -nimisessä torrent client -ohjelmassa. Tämä ohjelma lataa itse kappaleen muilta käyttäjiltä. Ohjelman käyttö itsessään koettiin helpoksi, mutta käyttäjät sanoivat, etteivät tiedä miten se toimii. Käyttäjät eivät myöskään nähneet ohjelmalla mitään muuta käyttöä omassa toiminnassaan kuin sisällön lataamisen. Torrenteja ladataessa käyttäjät joutuivat myös käyttämään kolmea eri ohjelmaa saadakseen kappaleen ladattua tietokoneelle. Tätä ei koettu häiritseväksi, vaikka eräs käyttäjä sanoikin, että ”Ohan tässä nyt aika paljon tota kikkailua.”

Teemahaastattelun ja palvelun käytön aikana ilmeni myös, että usein käyttäjien etsiessä

jotakin tiettyä kappaletta, hakevat he sitä ensimmäisenä Internet-selaimella hakukoneesta kuten Googlestä: ”Mä kyl yleensä meen Googleen ja laitan vaan siihen hakuun sen biisin” Näin toimiessaan ovat käyttäjät useimmiten päätyneet kuuntelemaan kappaletta aivan muualta kuin Spotifysta: YouTube.com -palvelusta. ”Yleensä meen YouTubeen, ku ei jaksa avaa Spotifyä tai alkaa latailee.” Käyttäjät sanoivat, että he kokisivat Spotifyn saavan lisäarvoa vastaavalla toiminnolla. Käyttäjät voisivat normaalin internetissä vietetyn ajan yhteydessä hakea kappaletta hakukoneesta ja päästä YouTubeen sijaan esimerkiksi Spotify:n kuuntelemaan kappaletta. Tällainen lisäarvo oli kaikkien haastateltujen käyttäjien mukaan tekijä, joka parantaisi Spotifyn käyttökokemusta.

Erään haastateltavan kohdalla kävi ilmi myös, että Spotify oli toiminut käyttäjää häiritsevällä tavalla. Käyttäjä oli aiemmin käyttänyt toista luvallista jakelupalvelua, iTunesia. Käyttäjä oli luonut iTunesilla soittolistoja oman musiikin kuuntelunsa perusteella. Soittolista on lista kappaleista, jonka käyttäjä tallentaa esimerkiksi iTunesissa tai Spotifyssä. Toimimalla näin käyttäjä pystyy kuuntelemaan haluamansa kappaleet helposti. Käyttäjä kertoi, että Spotifyä asentaessaan olivat hänen soittolistansa iTunesilta siirtyneet soittolistoiksi myös Spotifylle. Käyttäjä totesi, että tällainen toiminto helpotti tietysti hänen toimintaansa uudella ohjelmalla, mutta hän ei kokenut hyväksi sitä, että palvelu tekee hänen puolestaan asioita kysymättä häneltä. ”Mä en pidä siitä, että ohjelma tekee asioita mun puolesta pyytämättä.”

4.5.3 Sisältö

Spotifyssä on tällä hetkellä kuunneltavissa yli 20 miljoonaa kappaletta (Spotify 2013). Sisällön määrä on suuri, mutta käyttäjien mukaan palvelu suosittelee liikaakin erilaisia kappaleita: ”Niinku Spotify antaa niin paljon vaihtoehtoi, niinku se ehdottaa kaikennäköstä sulle. Ei siitä ehkä jaksa ettii sitä mitä sä haluat.” kertoi yksi haastatelluista tuntemuksiaan. Käyttäjät eivät kokeneet kuin osan suositellusta sisällöstä mieleisekseen. Erään käyttäjän mukaan Spotifyssä voisi toimia jopa ominaisuus, jossa käyttäjä määrittelee palvelua asentaessaan millainen hänen musiikkimakunsa on: ”No ku mä kuuntelen tota ja joku muu jotain muut, ni kylhän se olis varmaan iiseintä, et vois heti sanoo tonne, et mitä sä kuuntelet. Ni sit ei toi spotify anna mulle vaik hevii ikinä.”

Käyttäjät kokivat Spotifyn olevan sisältönsä puolesta laajempi kuin esimerkiksi Piraattilahti. ”Jos mä lähden ettimään jotain vanhaa suomalaista musaa, nii kyl sit pitä mennä Spotify:n. Et ei tuolla Piraattatilahdessa kyl löydä yleensä vanhaa.”

Käyttäjät jakautuivat kahteen ryhmään, kun keskusteltiin siitä, miten tärkeänä käyttäjä koki palveluissa sen, että tämä saa musiikkikappaleen konkreettisesti tietokoneellensa. Spotify:n

ilmaisversiossa käyttäjän kuuntelee kappaleen Spotify-ohjelmalla internetyhteyden avulla. Torrentpalveluja käyttäessään käyttäjä kuitenkin lataa äänitteen tietokoneellensa äänitiedostona.

Osa käyttäjistä koki konkreettisen äänitteen saamisen tietokoneelleen tärkeänä. He kokivat hyväksi sen, että äänite on tietokoneella heidän määrittelemässään kansiossa, josta he pystyvät vapaasti siirtämään sen muualle. Perusteluna tälle konkreettisen tarpeelle oli muun muassa musiikin kuuntelu käytännön elämässä, kodin ulkopuolella: ”Mä kuuntelen iPodilla ja sit kännykällä musan liikkeel, et kyl mun sit pitää saada se sinne se biisi.” Kertoi yksi haastateltavista. Toinen mainitsi, kuuntelevansa musiikkia yleensä Spotifyllä ja muilla vastaavilla palveluilla kotonansa. Haastateltava kertoi kuitenkin, että hän haluaa päivittää MP3-soittimensa kuntosalia varten ajoittain. Tällöin hän tarvitsee äänitteen äänitiedostona tietokoneellensa: ”Yleensä musta on just hyvä, ettei ne biisit oo missään viemäs tilaa, mut sit joskus kerran puolessa vuodessa pitää vaihtaa uusii salibiisei ämpärille (MP3-soitin).”

Aiemmin tässä tutkimuksessa esitelty Tuulaniemen huomio palvelun pakkaamisesta tuotteeksi (3.1.) käy yksiin näiden käyttäjien tarpeen kanssa. Käyttäjät eivät kuitenkaan haikailleet esimerkiksi CD- tai vinyylilevyjen perään vaan olivat enemmän kiinnostuneita siitä, että he saavat digitaalisen kappaleen täyttämään tietokoneensa kovalevyä. ”En mä halua mitään levyjä, paitsi Kiiskin & Kuikan, viimeks ku muutin oli taas sillee, et mitä mä näille teen.” Käyttäjä, joka haastattelussa lausui tämän, totesi kuitenkin myöhemmin, että hänkin haluaa mieluummin äänitteen tietokoneellensa.

5 Tulosten yhteenveto

Tässä tutkimuksessa toteutettujen sovellettujen teemahaastattelujen perusteella pystyttiin löytämään käytettävyyteen ja käyttökokemukseen vaikuttavia onnistumisia, mutta myös ongelmakohtia. Koska tässä työssä oli tarkoituksena etsiä luvallisista palveluista ongelmia, jotka olisivat paremman käytettävyyden ja käyttökokemuksen kannalta ratkaistava, keskityttiin tulosten yhteenvedossa näiden ongelmien tarkasteluun.

Luvallisessa palvelussa käyttäjät kokivat ulkoasun kannalta suureksi ongelmaksi sen, että selkeästä ulkoasusta huolimatta oli käyttäjän näkymällä paljon sisältöä. Luvattomassa palvelussa torrent-tiedostoja tarjoava sivusto koettiin puolestaan hyvin yksinkertaiseksi, selkeäksi ja pelkistetyksi. Luvattomassa palvelua luonnehdittiin myös karuksi ja jopa rumaksi. Luvallisessa palvelussa hakukenttä löytyi nopeasti, mutta joissakin tapauksissa pienen etsinnän jälkeen. Luvattomassa palvelussa, jota tässä tutkimuksessa tarkasteltiin, hakukenttä oli palvelun etusivun keskellä ja se löytyi välittömästi. Palvelun ulkoasun suhteen ilmeni myös toive siitä, että käyttäjä pystyisi itse valitsemaan käyttöliittymänsä ulkonäön itselleen sopivaksi. Tällainen ominaisuus antaisi käyttäjälle mahdollisuuden saada luvallisen palvelun käyttöliittymän hänen

tarpeitaan vastaavaksi.

Toimintojen osin luvallisessa palvelussa käyttäjien kohdalla ilmeni se, etteivät kaikki halua esimerkiksi sosiaalisen median toimintoja käyttöönsä. Näitä toimintoja ei luvattomassa palvelussa ollut. Käyttäjille olisi siis eduksi, mikäli sosiaalisen media toiminnot saisi valittua heti sovellusta asennettaessa, mikäli käyttäjä kokee nämä tarpeellisiksi. Luvallista palvelua käytettäessä koettiin myös ongelmaksi tilanne, jossa käyttäjät eivät tiedä heidän etsimänsä äänitteen tai esittäjän nimeä. Tästä keskusteltaessa löytyi ratkaisuehdotukseksi se, että käyttäjä pystyisi etsimään kappaletta myös sen sanoituksen perusteella.

Nyt käyttäjät kertoivat kirjoittavansa osan sanoitusta esimerkiksi Googlen hakukoneeseen. Tällä tavalla he kertoivat yleensä löytävänsä esittäjän tai äänitteen nimen. Käyttäjistä heidän oli tässä vaiheessa helpointa kirjoittaa hakutuloksissa löytyneen esittäjän tai äänitteen nimi taas esimerkiksi Googlen hakupalveluun, jolloin he yleensä saivat linkin äänitteeseen YouTube.comissa. Tällä perusteella palvelun käytettävyyttä palvelisi esimerkiksi se, että Googleen äänitteen nimen kirjoittaessaan löytyisi myös hakutulos, joka ohjaisi käyttäjän esimerkiksi Spotify:n. Tämä vaatisi luvalliselta palvelulta internet-selaimeen pohjautuvaa sovellusta, jota sillä ei tällä hetkellä ole. Tämä puute saattaa osoittautua palvelulle ongelmaksi, koska sen toimintaympäristöön on ilmestynyt jo kaksi uutta luvallista palvelua, jotka toimivat internet-selaimessa.

Luvallisen palvelun sisällön osin käyttäjiltä ilmeni kehityskohteina suuri määrä tarjottuja vaihtoehtoja sekä käyttäjille suositeltu sisältö, jota he eivät kuitenkaan kokeneet itselleen sopivaksi. Koska luvaton palvelu ei tarjoa suositeltua sisältöä, ei sitä voida hyödyntää kehityksessä. Merkittäväkehitysehdotus tähän oli kuitenkin se, että käyttäjä pystyisi itse määrittelemään palvelussa sisällön, joka on hänelle mieleen esimerkiksi valitsemalla itselleen sopivia musiikin tyylilajeja. Käyttäjien ongelmaksi kokema tekijä oli myös konkreettisen äänitteen puute. Käyttäjät halusivat musiikin mukaansa salille, lenkille ja autoon, mutta tällä hetkellä heidän on hyödynnettävä muita kanavia saadakseen musiikki käyttöönsä.

6 Käyttäjän näkökulmalla parempaan palveluun

Tämän opinnäytetyön johtopäätökset käydään läpi tässä kappaleessa. Johtopäätökset perustuvat tutkimuksen aikana toteutettuihin haastatteluihin sekä teoreettiseen aineistoon, joka tutkimuksen vuoksi kerättiin. Johtopäätöksissä käydään läpi tekijöitä, jotka tuottaisivat käyttäjille lisäarvoa luvallisten digitaalisten palvelujen käytölle.

Koska käyttäjät ovat yksilöitä, on heillä myös yksilölliset tarpeet palvelun käytön, ulkoasun ja

toimintojen osin. Näistä yksilöllisistä tarpeista johtuen olisi palvelun mukautettavuudella käyttäjille hyötyä. Palvelun mukautettavuudella tarkoitetaan sitä, että käyttäjä pystyisi itse hallinnoimaan sitä, miltä palvelu näyttää, millaista sisältöä käyttäjälle tarjotaan ja millaisia toimintoja siinä on.

Käyttäjien haastatteluista kävi ilmi muun muassa se, että käyttäjät kuuntelevat paljon musiikkia Youtube -palvelun kautta. Käyttäjät kertoivat päätyvänsä palveluun usein siten, että he ovat etsineet haluamaansa kappaletta Google -hakupalvelusta ja saaneet hakutulokseksi sisältöä Youtubessa. Näin toimiessaan käyttäjä ei käytä muita ohjelmia tietokoneelleen kuin internet-selainta. Tällainen toiminta on nopeata sekä yksinkertaista ja käyttäjä pääsee vaivattomasti kuunteluelämyksensä pariin.

Käytettävyyden (3.3.) kannalta tämä toiminta on tehokasta. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että käyttäjien käyttökokemusta voitaisiin tukea tekemällä Spotifystä myös selainpohjainen versio. Myös Suomeen rantautuneet Spotifyn kilpailijat Rdio ja Deezer ovat luvallisia musiikki-palveluja, joiden käyttöön ei tarvita erillisiä ohjelmia. Nämä uudet toimijat Spotifyn toimintaympäristössä tarjoavatkin siis käyttäjille juuri tämän selainpohjaisen ominaisuuden, jota Spotify ei vielä tarjoa.

Tutkimuksen perusteella voidaan myös todeta, että käyttäjät käyttävät mielellään luvallisia palveluja niiden ollessa käytettäviä ja heidän käyttötarkoitustaan palvelevia. Käyttäjien kannalta Spotifyn erääksi puutteeksi ilmeni selvästi myös konkreettisen, siirrettävän digitaalisen tuotteen puute. Tästä esimerkkinä on liikuntaa harrastava käyttäjä, joka kuuntelee liikunta-harrastuksen aikana musiikkia MP3-soittimelta eikä halua ottaa käytännöllisistä syistä mukaansa esimerkiksi älypuhelimta harrastustoimintaansa. Tällainen käyttäjä ei pysty hyödyntämään näitä tilauspalvelumallin (3.2.1.) mukaisia palveluja.

Johtopäätöksissä merkittävimpänä kehittämissuunniteluksena toimeksiantajalle on käyttäjälähtöisen toiminnan kehittäminen musiikkiteollisuudessa. Käyttäjälähtöisellä toiminnalla tarkoitetaan tässä tapauksessa käyttäjälähtöisen suunnittelun lisäksi sitä, että käyttäjät pystyvät myös itse vaikuttamaan palvelun toimintaan, sisältöön ja ulkoasuun. Palveluja tuotetaan mahdollisimman helppokäyttöisiksi ja vaivattomaksi, mutta tämän tutkimuksen perusteella käyttäjät haluavat itse vaikuttaa enemmän niiden käyttöön. Toiminnassaan musiikkiteollisuudessa on suositeltavaa, että Fresh Tunes Finland vie sidosryhmilleen ajatusta käyttäjälähtöisyydessä, joka ei lopu siihen vaiheeseen, kun palvelu on suunniteltu, julkaistu ja annettu käyttäjien käytettäväksi. Käyttäjien rooli palvelua käyttäessä alkaa tässä vaiheessa, joten heille olisi suositeltavaa tarjota mahdollisimman vapaat kädet sen käytössä.

Lähteet

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 1996. Tutki ja kirjoita. Gummerus Kirjapaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

IFPI. 2012. Digital Music Report 2012.

Ilves, M. 2009. Ääneenajattelu. Tampereen Yliopisto.

Koskinen, J. 2005. Käytettävyydestaus. Tampereen yliopisto.

Krasilovsky, M.W., Shemel, S. 2007. This Business of Music. 10. painos. New York: Watson-Guptill Publications.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen: Tammerprint.

Musiikkituottajat - IFPI Finland ry. 2012. Musiikkituottajien lausunto tekijänoikeustoimikunnan mietintöön - ”Ratkaisuja digiajan haasteisiin.”

Owsinsky, B. 2009. Music 3.0: a survival guide for making music in the internet age. New York: Hal Leonard Books.

Sinkkonen, I., Kuoppala, H., Parkkinen, J. & Vastamäki, R. 2006. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.

Tuomola, A. 2002. Musiikin digitaalinen jakelu - keskeiset teknologiat ja liiketoimintamallit. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.

Vihma, S. 2009.

Sähköiset lähteet

Afterdawn. Brittitutkimus: heikko tarjonta piratismiin syy. Viitattu 15.7.2012
http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2008/03/07/brittitutkimus_laillisten_palveluiden_heikko_tarjonta_piratismiin_syy

Finlex. 2012. Tekijänoikeuslaki. Viitattu 18.2.2012
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

Fresh Tunes Finland. 2012. Info. Viitattu 15.07.2012
<http://freshtunesfinland.com>

Kauppalehti. 2009. Levy-yhtiöt kahmineet osia Spotifysta. Viitattu 18.2.2012
http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2009/08/24681_viiat-tu_28.2.2013

Miettinen, S. Palvelumuotoilun työkalut. 2010. Viitattu 20.3.2013
<http://www.slideshare.net/samietti/palvelumuotoilun-tykalut>

Musiikkituottajat Ry. Äänitteiden vuosimyynti. Viitattu 3.7.2012
<http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti>

Spotify. 2012. Press information. Viitattu 28.2.2013
<https://www.spotify.com/fi/about-us/press/information>.

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus RY. 2012. Usein kysytyt kysymykset. Viitattu 18.2.2012
<http://antipiracy.fi/tietoakuluttajalle/useinkysytytkysymykset>

TorrentFreak. Study: Piracy is Caused by Poor Choice. Viitattu 15.7.2012
<http://torrentfreak.com/piracy-is-caused-by-poor-choice-080305>

Usabilitynet. 2013. Usability definitions. Viitattu 3.4.2013
http://www.usabilitynet.org/tools/r_international.htm

Kuvat

Kuva 1: Palvelutuokio luvallisen palvelun palvelupolulta	12
Kuva 2: Palvelutuokio luvattoman palvelun palvelupolulta	15

Kuviot

Kuvio 1: Käyttäjän näkökulmalla hyvään käytettävyyteen (Sinkkonen 2009, 256).	17
---	----

Taulukot

Taulukko 1: Ääniteteollisuuden rahallinen muutos Suomessa (IFPI 2012).	8
Taulukko 2: Digitaalisen myynnin osuus yritysten liikevaihdosta globaalisti (IFPI 2012).	9
Taulukko 3: Musiikkipalvelujen vahvuudet	27
Taulukko 4: Musiikkipalvelujen heikkoudet	28

Liitteet

Liite 1 Sovelletun teemahaastattelun haastattelurunko, luvallinen palvelu	41
Liite 2 Sovelletun teemahaastattelun haastattelurunko, luvaton palvelu	42

Liite 1 Sovelletun teemahaastattelun haastattelurunko, luvallinen palvelu

Mistä lähdet etsimään kappaletta?

Oliko hakukenttä loogisessa paikassa?

Oliko hakutoiminto helppo löytää?

Mitä olisit tehnyt, mikäli et olisi muistanut kappaleen tai artistin nimeä?

Minkä hakuvaihtoehdon (Top hit, Artist, Album Jne) valitsit?

Miksi?

Voisiko hakuvaihtoehtoja olla enemmän? Millaisia?

Koitko kappaleen löytämisen helpoksi?

Nopeus ja looginen eteneminen

Ulkoasu

Olivatko linkit selkeitä?

Miten koit mainokset?

Liite 2 Sovelletun teemahaastattelun haastattelurunko, luvaton palvelu

Mistä lähdet etsimään kappaletta?

Oliko sivuston hakukenttä loogisessa paikassa?

Oliko hakutoiminto helppo löytää?

Mitä olisit tehnyt, mikäli et olisi muistanut kappaleen tai artistin nimeä?

Oliko kappaleen löytäminen selaimen kautta etsiessä todennäköistä?

Millä perusteella valitsit valitsemasi torrent-tiedoston?

Koitko oikean torrent-tiedoston olevan välittömästi saatavillasi?

Kiinnititkö huomiosi oikeaan torrent-tiedostoon heti?

Millaisiksi koet torrent-sivuston hakuasetukset?

Kuinka luotettaviksi koet eri linkit?

Koitko kappaleen löytämisen helpoksi?

Nopeus ja looginen eteneminen

Ulkoasu

Olivatko linkit selkeitä?

Kuinka helppoa mielestäsi kappaleen lataaminen oli?

Get this torrent -kohta

Ymmärrätkö miten torrent-palvelu toimii?